

Politécnico do Porto

Escola Superior de Hotelaria e Turismo

Ana Filipa Cardoso Pinto da Silva

[Turismo e impactos socioculturais: proposta de desenvolvimento sustentável para o centro histórico do Porto]

Mestrado em Direção Hoteleira – Direção comercial e marketing

Dissertação de mestrado

Orientação: Prof. Doutor Bruno Miguel Sousa

Prof. Doutora Ana Filipa Brandão

Ana Filipa Cardoso Pinto da Silva

Turismo e impactos socioculturais: proposta de desenvolvimento sustentável para o centro histórico do Porto.

Dissertação de Mestrado

Mestrado em Direção Hoteleira – Direção comercial e marketing

Membros do júri

Presidente

Professor Doutor António Manuel da Silva Melo

Escola superior de Hotelaria e Turismo – Politécnico do Porto

Professora Doutora Ana Filipa Aguiar Brandão

Professora Adjunta Convidada na Escola Superior de Hotelaria e Turismo – Politécnico do Porto

Professor Doutor Carlos Costa

Professor Catedrático da Universidade de Aveiro

“To travel is to discover that everyone is wrong about other countries”

Aldous Huxley

Agradecimentos

Ao universo, acima de tudo. Por me ter feito tropeçar, correr, questionar.
Por me ter complicado a vida, numa altura em que a vida correu mais rápido do que eu
podia viver.

Aos meus amigos, que por entre risos e sorrisos arregaçaram as mangas e contribuíram
ativamente para a conclusão deste trabalho.

A todos os que se cruzaram comigo e que, por entre sussurros me fizeram acreditar que eu
não seria capaz – e que força me foram dando.

À minha família, que nunca questionou a minha capacidade.

Ao Afonso, que mesmo quando não compreendeu, ficou para acalmar os meus anseios e
abraçar os meus receios.

Ao professor Bruno, pelas palavras sempre positivas – e que importantes foram.

À professora Filipa, por ter dado asas aos meus sonhos. Por, acima de tudo, acreditar nos
meus sonhos e por sonhar comigo.

A todos os professores que, de alguma forma, me inspiraram.

À vida.

À força da vida.

À minha força.

A todos os que conversaram comigo e que me fizeram crer que não é loucura sonhar com
um mundo mais justo.

A todos os que lutam.

Resumo

Portugal espera este ano receber 22 milhões de turistas em território nacional.

O turismo está a crescer mais de 16% no que respeita a receitas, mais de 8% em hóspedes e mais de 7% em dormidas. Os números revelam um crescimento hiperativo e, tal como acontece noutras cidades europeias, este é um momento fraturante para o setor: a par do aumento dos números, crescem as questões sobre os impactos do turismo. Ao mesmo ritmo que avança o investimento privado na reabilitação urbana, surgem as vozes que gritam contra a gentrificação. Fala-se de turistificação, de massificação, de perda de autenticidade nos grandes centros urbanos. Mas também se discute a sustentabilidade da atividade turística.

Em 2016 o Porto recebeu aproximadamente 7 milhões de turistas, no entanto, este ano - ano internacional do turismo sustentável para o desenvolvimento – fica marcado pelo surgimento de vários movimentos que questionam o crescimento do turismo que parece acontecer de forma descontrolada e sem planeamento.

Este trabalho propõe uma reflexão sobre o turismo sustentável em contexto urbano e, numa abordagem mais prática, permite a análise e compreensão da perceção dos impactos do turismo aos olhos dos residentes e trabalhadores do centro histórico do Porto.

O trabalho culmina na apresentação de uma proposta de desenvolvimento sustentável onde são apresentadas várias medidas preventivas que visam garantir a sustentabilidade sociocultural das comunidades do centro do Porto.

Palavras chave: Turismo; Turismo urbano; Sustentabilidade; Sustentabilidade sociocultural; Desenvolvimento sustentável; Turismo inclusivo; Turismo responsável; Turismo comunitário

Abstract

This year Portugal expects to receive 22 million tourists in the national territory.

Tourism is growing more than 16% in terms of revenues, more than 8% in guests and more than 7% in overnight stays. The numbers show hyperactive growth and, as in other European cities, this is a disruptive moment for the industry: along with rising numbers, questions about the impacts of tourism are growing. At the same pace as private investment in urban rehabilitation, there are voices shouting against gentrification. There is discussion about touristification, massification and loss of authenticity in large urban centers. But the sustainability of tourism activity is also discussed.

In 2016 Porto received approximately 7 million tourists, however, this year - the international year of sustainable tourism for development - is remembered by the appearance of several movements that question the growth of tourism that seems to be uncontrolled and unplanned.

This paper proposes a reflection on sustainable tourism in an urban context and, in a more practical approach, allows the analysis and understanding of the perception of the impacts of tourism on the Porto resident and workers's life.

The work culminates in the presentation of a model of sustainable development where several preventive measures are presented that aim to guarantee the sociocultural sustainability of the communities of the center of Porto.

Keywords: Tourism; Urban tourism; Sustainability; Sociocultural sustainability; Sustainable development; Inclusive tourism; Responsible tourism; Community-based tourism

Índice

Índice de figuras.....	10
Índice de tabelas.....	11
0 - INTRODUÇÃO.....	14
0.1 Enquadramento geral	14
0.2 Objetivo do estudo	16
0.3 Metodologia de pesquisa.....	16
0.4 Estrutura da dissertação	17
I– PARTE TEÓRICA.....	18
1. Turismo urbano.....	18
1.1 Introdução	18
1.2 Conceptualização de turismo urbano	19
1.2 Contextualização histórica	21
1.4 Dos anos 90 à atualidade: a evolução do turismo urbano	24
1.5 Turistas urbanos: as características	26
1.6 Impactos do turismo em contexto urbano	27
1.7 Impactos económicos.....	28
1.8 Impactos ambientais	29
1.9 Impactos socioculturais.....	30
1.10 Perceção da comunidade recetora face aos impactos do turismo.....	32
1.11 Veneza e Barcelona: dois casos do turismo urbano levado ao extremo	33
1.12 Desafios e tendências para o futuro	39
1.13 Conclusão	42
2. Turismo sustentável.....	43
2.1 Introdução	43

2.2	Conceptualização	44
2.3	Sustentabilidade: económica, ambiental e sociocultural	47
2.4	Viabilidade económica	48
2.5	Integridade ambiental	50
2.6	Sustentabilidade sociocultural	53
2.7	Desafios e tendências do turismo sustentável	63
2.8	Conclusão	69
3	– Turismo comunitário	71
3.1	Introdução ao capítulo	71
3.2	Conceptualização	71
3.3	Envolvimento e participação da comunidade	73
3.4	O perfil do turista alternativo	76
3.5	Turismo como condutor da erradicação da pobreza	78
3.6	Oportunidades, desafios e barreiras do turismo comunitário	80
3.7	Conclusão	84
II	PARTE PRÁTICA	85
1.	Contextualização	85
1.1	Porto – demografia e estatísticas	85
1.2	Turismo no Porto	86
2.	Metodologia	92
2.1	Recolha de dados	92
2.2	Elaboração das hipóteses	92
2.3	Tratamento de dados	92
2.4	Fiabilidade das variáveis: alfa de Cronbach	93
3.	Resultados	94
3.1	Caracterização da amostra	94

3.2 Percepção dos residentes face aos impactos da atividade turística no centro histórico do Porto.....	105
3.2 Discussão dos resultados	127
4. Proposta de desenvolvimento turístico sustentável do centro histórico do Porto	129
4.1 A relevância da compreensão dos impactos do turismo	129
5. Limitações da investigação	139
6. Linhas de investigação futura	140
7. Conclusão.....	141
8. Referências Bibliográficas.....	143
9. Anexos	153

Índice de figuras

Figura 1 Modelo de Irridex de Doxey	33
Figura 2 “Venice’ on the verge of collapse’	34
Figura 3 "How tourism can destroy the places we love"	35
Figura 4 A guerra do turismo em Barcelona	38
Figura 5 Protestos anti-turistas	39
Figura 6 "Encontrar casa é um achado"	61
Figura 7 Entrevista de Doug Lansky ao jornal Expresso.	62
Figura 8 Entrevista de Doug Lansky ao Observador	63
Figura 9 "numerus clausus para turistas em cinque terre"	65
Figura 10 Islândia pretende aplicar imposto turístico	66
Figura 11 Distribuição de alojamentos locais no Porto registados no Airbnb.	87
Figura 12 Evolução do número de alojamentos locais registados no Airbnb. Porto (2010-2017).....	88

Índice de tabelas

Tabela 1 Diretrizes para o desenvolvimento económico sustentável	49
Tabela 2 Turista do passado versus turista do futuro	68
Tabela 3 As várias formas de envolvimento da comunidade no projeto turístico.	74
Tabela 4 Os 10 princípios da OMT que visam a erradicação da pobreza.	79
Tabela 5 Pontos fortes e pontos fracos da implementação do turismo comunitário	82
Tabela 6 Densidade populacional do Porto	85
Tabela 7 Número de turistas no Porto em 2015.....	89
Tabela 8 Estatísticas de confiabilidade	93
Tabela 9 Idade dos inquiridos.....	94
Tabela 10 Género dos inquiridos.....	95
Tabela 11 Freguesia de residência e/ou trabalho dos inquiridos.	96
Tabela 12 Habilitações literárias dos inquiridos.....	97
Tabela 13 Rendimento mensal do agregado familiar dos inquiridos.	98
Tabela 14 Anos de residência ou trabalho no Porto	99
Tabela 15 Atividade profissional dos inquiridos.....	100
Tabela 16 Especificação da atividade profissional do inquirido.	101
Tabela 17 Atividade profissional dos membros do agregado familiar	103
Tabela 18 Especificação da atividade profissional dos membros do agregado familiar.....	104
Tabela 19 Teste t para duas amostras independentes onde se comparam as respostas com a atividade profissional do inquirido.	108
Tabela 20 Testes t para duas amostras independentes onde se compraram as respostas do inquirido com a atividade profissional dos membros do agregado familiar.....	109
Tabela 21 Teste t para duas amostras independentes. Relação entre a atividade profissional e os impactos ambientais.....	111
Tabela 22 Teste t para duas amostras independentes. Relação entre a atividade profissional e os impactos socioculturais.	114
Tabela 23 Teste t para duas amostras independentes. Relação entre a atividade profissional e a reação às frases dos residentes de Barcelona.	117
Tabela 24 Impactos negativos do turismo na vida dos inquiridos.....	119

Tabela 25 Impactos positivos do turismo na vida dos inquiridos.....	121
Tabela 26 Nível de satisfação face ao desenvolvimento do turismo no Porto.	122
Tabela 27 Testes t para duas amostras independentes. Relação entre a atividade profissional dos membros do agregado com as respostas fornecidas	123
Tabela 28 Impactos do desenvolvimento do turismo no centro do Porto.....	131
Tabela 29 Medidas para a proposta de desenvolvimento sustentável.....	133
Tabela 30 Análise swot das medidas propostas.....	138

Índice de gráficos

Gráfico 1 Género dos inquiridos.....	95
Gráfico 2 Freguesia de residência e/ou trabalho dos inquiridos.	96
Gráfico 3 Habilitações literárias dos inquiridos.	97
Gráfico 4 Rendimento mensal do agregado familiar	98
Gráfico 5 Atividade profissional dos inquiridos e respetiva relação com turistas	100
Gráfico 6 Especificação da atividade profissional dos inquiridos.	102
Gráfico 7 Atividade profissional dos membros do agregado familiar e respetiva relação com o turismo	103
Gráfico 8 Especificação da atividade profissional dos membros do agregado familiar.....	105
Gráfico 9 Nível de satisfação dos inquiridos face ao desenvolvimento do turismo no Porto.	123

0 - INTRODUÇÃO

0.1 Enquadramento geral

A Organização das Nações Unidas proclamou 2017 como o Ano Internacional do Turismo Sustentável para o Desenvolvimento (UNESCO, UNESCO and the International Year of Sustainable Tourism, 2017). Esta declaração é, segundo Taleb Rafai – secretário geral da Organização Mundial de Turismo - uma “oportunidade única para aumentar a contribuição do setor do turismo para os três pilares da sustentabilidade – económica, social e ambiental, ao aumentar a consciência das verdadeiras dimensões de um sector que é muitas vezes subestimado” (Publituris, 2015).

Numa altura em que o tema da sustentabilidade associada ao setor do turismo se revela como assunto da ordem do dia, que é discutido pelas comunidades e debatido pelos governos europeus, consideramos que focar a nossa investigação nesta temática seria interessante no sentido em que nos forçaria a questionar o assunto com foco no futuro e com base nos exemplos de outras cidades europeias.

Se 2017 é, como vimos, o ano chave para o desenvolvimento sustentável da atividade turística, fica também marcado pelo surgimento, na opinião pública, do conceito “turismofobia” que aparece associado, inicialmente, ao caso espanhol, nomeadamente de cidades como Barcelona, Ibiza, Palma de Maiorca ou San Sebastian que viram as suas ruas serem “tomadas” por manifestações várias anti-turistas onde, segundo o El País (Barbería, 2017), os residentes culpam os turistas pela massificação e pela subida agressiva dos preços e, constantemente do custo de vida.

Portugal vive um momento “dourado” no que ao crescimento do turismo respeita e, por isso, existe já uma grande dependência económica do setor. Importa mencionar que em agosto do ano corrente, o turismo assumia já um peso de 7% do Produto Interno Bruto (PIB).

Este desenvolvimento e a certa dependência permitiram que a discussão chegasse a território português e depois de passar por Lisboa atingiu o Porto que vive, agora, um momento de crescimento da atividade turística.

O centro histórico do Porto, considerado Património Cultural da Humanidade pela UNESCO, em 1996, fechou o ano de 2016 com um crescimento de dormidas na ordem dos

10,70% em relação a 2015, atingindo assim os 6.8 milhões de dormidas. Estes números têm crescido freneticamente e no Norte do país começam a ser debatidas questões associadas à saída dos residentes do centro do Porto para as periferias, à especulação imobiliária, à saturação dos serviços devido ao aumento drástico da comunidade turista.

Surgiu o movimento “Morto.”, que imita a imagem da cidade “Porto.” Pelo que se compreende e através do que se verifica na comunicação social, este movimento ergue-se como “ um alerta, uma visualização de descontentamento vivido, verbalizado e escrito por habitantes e visitantes do Porto. Talvez seja um grito contra uma turistificação desmesurada, onde em cada esquina há um Airbnb” (Laranjo, 2017).

No decorrer da investigação concluímos que seria fundamental compreender a dimensão da atividade turística no centro do Porto e, acima de tudo, perceber qual é, efetivamente, a perceção dos residentes e trabalhadores face aos impactos do desenvolvimento do turismo na cidade. Consideramos ainda relevante recolher informações que nos permitissem avaliar se existem muitos agregados familiares a depender da atividade turística.

Para que os nossos objetivos pudessem ser concluídos e conclusivos, foi necessário um trabalho constante de análise comparativa respetivo a outras cidades, uma atualização constante de movimentos associados à temática e uma análise diária das mais diversas plataformas, com o intuito de compreender a evolução do problema.

Numa fase final e com o objetivo de efetivamente compreender a realidade dos trabalhadores e residentes do centro do Porto, partimos para a realização de um inquérito perante a comunidade que nos permitiu analisar a situação atual do desenvolvimento da atividade turística.

Este foi o processo que adotamos para a realização e desenvolvimento destas páginas que surgiram sempre com o absoluto intuito de compreender e analisar as vantagens do turismo para a comunidade residente e as suas respetivas necessidades. Pretendemos, numa fase mais final, apresentar um plano que se erga com a intenção de tornar sustentável o crescimento da atividade turística sem, em momento algum, negligenciar os verdadeiros interesses da população que é – segundo a nossa perspetiva – a principal responsável pela distinção do Porto como destino turístico.

0.2 Objetivo do estudo

Esta investigação surge com o propósito de responder à urgente necessidade da criação de uma propsta de desenvolvimento sustentável que confira maior harmonia entre o crescimento turístico e a preservação da identidade cultural do centro histórico do Porto. Desta forma, pretendemos propor um modelo onde a comunidade se sinta parte integrante do projeto turístico ao invés de prevalecer um sentimento de exclusão face a esta atividade. Importa ainda mencionar que esta proposta de desenvolvimento sustentável parte do princípio de que o turismo pode agir como uma ferramenta transformadora e como agente de resgate da tradição local, ao invés de surgir como um mecanismo de exclusão social e de gentrificação.

Assim, podemos mostrar que os objetivos deste estudo são:

- Compreender quais os principais impactos positivos e negativos do turismo no centro histórico do Porto;
- Compreender qual a postura dos residentes e trabalhadores face a estes mesmos impactos;
- Perceber, através da amostra recolhida, se existem muitos residentes empregados no setor do turismo;
- Através da análise dos dados recolhidos apresentar um plano de desenvolvimento onde estejam presentes medidas que sejam preferencialmente preventivas excluindo ao máximo as medidas com carácter reativo com o intuito de maximizar os impactos positivos do turismo e minimizar os negativos.

0.3 Metodologia de pesquisa

Com o intuito de corresponder positivamente aos objetivos supramencionados, decidimos adotar um estudo quantitativo, com base na realização de inquéritos a 151 indivíduos.

Formulamos assim duas hipóteses 1) *os residentes do centro histórico do Porto, face ao recente desenvolvimento do turismo, não têm a perceção dos impactos negativos desta atividade;* 2) *a perceção dos residentes face aos impactos do turismo varia consoante a*

dependência do inquirido ou de alguém do seu membro do agregado familiar da atividade turística e, durante a realização dos testes estatísticos vamos compreender se as hipóteses são ou não válidas.

A segunda hipótese surge da análise de autores que mostram, através das amostras estudadas, que existe – efetivamente – uma alteração da perceção dos impactos do turismo quando existe determinada dependência deste setor (Andereck, Vogt, Knopf, & Vogt, 2005) (Guerreiro M. , Mendes, Valle e Silva, 2008).

0.4 Estrutura da dissertação

Em termos metodológicos e estruturais esta dissertação organiza-se em duas partes: na primeira parte é feita uma análise teórica mais conceptual e abrangente, onde realizamos uma revisão de literatura. Esta primeira parte divide-se em três diferentes capítulos: o primeiro capítulo é iniciado com o turismo urbano, onde se faz uma contextualização histórica sobre o assunto e, posteriormente, se expõe os números estatísticos atuais desta tipologia do turismo. O segundo capítulo menciona o turismo sustentável e foca, essencialmente, a sustentabilidade sociocultural por considerarmos ser a mais pertinente para a compreensão e análise deste trabalho. Finalmente o terceiro capítulo é subordinado ao tema do turismo comunitário por esta ser uma tipologia alternativa ao turismo de massas e que consideramos ter aspetos de extrema relevância e que podem ser aplicados a qualquer negócio associado ao turismo, visto que visa essencialmente a integração da comunidade e a felicidade da sociedade.

A segunda parte é prática e aborda um estudo de caso concreto: o centro histórico do Porto. Nestas páginas vão surgir os dados estatísticos associados à implementação de inquéritos a residentes e/ou trabalhadores e as suas respetivas análises.

Para concluir esta parte prática surge uma proposta de desenvolvimento sustentável associado ao turismo, modelo este elaborado com base nas respostas e posturas dos inquiridos.

I– PARTE TEÓRICA

1. Turismo urbano

As cidades do mundo são também alguns dos maiores destinos turísticos do mundo. Os turistas são atraídos, em números crescentes, para a vibração, emoção e diversidade que oferecem cidades de todo o mundo. O impacto socioeconómico desses visitantes é extraordinário. Se visitar para lazer, negócios, ou para encontrar amigos e parentes, os turistas contribuem para a economia local e apoiar empregos em toda a cidade e além. À medida que as preferências e as expectativas dos turistas mudam, as cidades também se transformam, com o turismo a gerar um investimento constante em infraestruturas, promoção e conservação, beneficiando tanto os turistas como os residentes locais.

OMT, 2012

1.1 Introdução

As cidades e a atividade turística estão intimamente conectadas: pela história, pelas memórias, pela energia. As cidades têm a essência que move o turista: vida, autenticidade, cultura, pessoas, gastronomia.

Desta forma, muitas cidades do mundo vêm o turismo como a sua principal fonte de rendimento, da mesma forma que a intensa atividade turística é o pretexto para a melhoria contínua das infraestruturas e acessos da cidade, acabando assim por favorecer os residentes.

No entanto, a discussão sobre os impactos do turismo tem vindo a incendiar a opinião pública: se há umas décadas atrás o turismo era visto como a salvação de todos os males de uma cidade ou país, hoje em dia há já quem questione se o turismo não será o maior male de um país ou de uma cidade.

A verdade é que os impactos económicos inerentes à atividade turística são praticamente inquestionáveis: com mais ou menos justiça social, com mais ou menos igualdade no

momento da distribuição dos lucros do turismo, os turistas quando chegam ao destino estão dispostos a consumir, a gastar, a pagar.

A questão a abordar e aprofundar aqui, neste capítulo e no decorrer deste trabalho, passa pela compreensão dos impactos sociais e culturais desta atividade. Esta é uma discussão relativamente recente, encarada por uns como uma “não-questão” e por outros como “um verdadeiro problema”. Falamos de identidade cultural, das características populacionais de determinada cidade, dos hábitos de consumo, de habitação. Falamos sobre estilos de vida de uma determinada sociedade e queremos compreender se o turismo pode, ou não, fazer com que se alterem drasticamente os traços característicos de uma população e das suas cidades. E questionamos, muito com base nos autores aqui citados, a diferença entre a adaptação aos tempos modernos e a total descaracterização de um lugar. O objetivo passa por compreender qual a linha que divide aquilo que deve ser socialmente encarado como uma mudança necessária e aquilo que deve ser analisado como sendo uma drástica alteração forçada pelas circunstâncias.

Nas próximas páginas apresentamos estes temas, ilustrando-os com dois casos europeus bem reais: Veneza e Barcelona. Vamos mostrar as várias realidades de cada uma destas cidades, esclarecer os vários pontos de vista e tentar concluir quais as falhas, quais os desafios e quais as oportunidades para um turismo citadino que parece estar tão democratizado quanto descontrolado.

1.2 Conceptualização de turismo urbano

Gilbert e Clark (1997) afirmam que o turismo urbano como um fenómeno reconhecível distinto de outras formas de turismo só surgiu recentemente dentro do pensamento académico e o estabelecimento académico de turismo só recentemente reconheceu o «turismo urbano» como uma entidade isolada digna de estudo. Os autores defendem ainda que o «turismo urbano» é igualmente válido como outras definições conceptuais anteriormente aceites no âmbito do estudo do turismo, como o turismo «de montanha» ou o

turismo «selvagem». Sinteticamente, compreende-se que o foco do turismo urbano se prende no estudo das inter-relações entre o turismo nas suas muitas formas e o ambiente urbano.

Haywood (1992) identifica uma dicotomia entre o papel do negócio do turismo e o papel das cidades: a primeira é a satisfação dos visitantes, enquanto que para os últimos é a melhoria da qualidade de vida dos residentes. É evidente que a coordenação entre estes dois grupos e as respetivas necessidades é essencial e não se deve concentrar apenas no desenvolvimento turístico, mas sobretudo no desenvolvimento das cidades em geral. Por conseguinte, em certa medida, o «turismo urbano» pode ser visto como uma indústria comunitária que deve beneficiar e satisfazer a comunidade de acolhimento da mesma forma que deve responder às necessidades e expectativas dos visitantes.

Ashworth e Page (2011) consideram que o turismo urbano é uma forma de turismo extremamente importante a nível mundial e que tem recebido uma atenção desproporcional por parte dos estudiosos do turismo e da cidade. Consideram, assim, que apesar do seu significado, o turismo urbano permaneceu apenas imprecisamente definido e vagamente demarcado, indo assim de encontro ao defendido pelos autores Gilbert e Clark (1997).

Na perspetiva de Ashworth e Page (2011), existe uma desarmonia clara entre os interesses do turismo e os das cidades recetoras. Isto porque os turistas utilizam intensivamente muitas instalações e serviços urbanos, mas constata-se que poucas cidades estão preparadas especificamente para uso turístico. Os autores compreendem ainda que o turismo pode representar benefícios económicos substanciais para as cidades, mas as cidades cujas economias são mais dependentes do turismo são as que menos beneficiam desses proveitos. Em contrapartida e de acordo com a tese dos autores, são as cidades com uma grande e variada base económica que acabam por lucrar mais com a atividade turística; no entanto estas últimas são as menos dependentes da mesma atividade. Em última instância Ashworth e Page (2011) concluem que a indústria do turismo precisa claramente de produtos turísticos variados, flexíveis e acessíveis que as cidades oferecem; no entanto defendem que não é tão claro que as cidades precisam de turismo.

1.2 Contextualização histórica

Apresentadas as várias concepções de turismo urbano aos olhos de vários autores, importa agora viajar pela história e compreender a origem deste fenómeno, para que se possam realmente compreender quais as características atuais e quais os desafios do futuro para esta tipologia do turismo.

Entre os séculos XV e XVIII, antes da ascensão do turismo de massa, as grandes cidades representavam importantes destinos de viagem do “*Grand Tour*” - uma tradicional viagem pela Europa, feita principalmente por jovens de classe-média alta. Esta viagem servia como um ritual de passagem educacional para a idade adulta dos rapazes oriundos da nobreza britânica (Judd, 2003).

Através do “*Grand Tour*”, o viajante passou a ser caracterizado por ser um turista que concilia o lazer, a ânsia de conhecimento e o gosto pela descoberta de países, monumentos, tradições, sabores e culturas distintas. Segundo Milheiro e Melo (2005), a juventude aristocrata visitava Paris e o Sul de França, os Países Baixos, os Alpes, Viena, Praga e Itália.

O êxito do “*Grand Tour*” veio impulsionar o aparecimento de atividades e expressões novas: surge então a literatura de viagens e criam-se os primeiros “*souvenirs*” (Milheiro, 2005). Judd (2003) acrescenta que as cidades do *Grand Tour* brindavam os visitantes com uma oferta cultural riquíssima, mas também com um vasto leque de diversões mundanas. O autor acrescenta ainda¹ que os sinais de pobreza e de desordem social eram evidentes em várias partes das cidades de Roma, Nápoles e Veneza. Paris surgia como um caos, com as ruas lotadas de cavalos e de lixo.

Apesar dos inconvenientes das cidades do *Grand Tour*, os viajantes estavam preparados para suportar semanas de desconforto para atravessar estradas estreitas e montanhas quase intransitáveis, a fim de alcançar os locais de destino. Os perigos e inconvenientes da viagem deram lugar a um generalizado desprezo pela natureza: as montanhas eram consideradas feias e desagradáveis, as costas geralmente inacessíveis e perigosas (Judd, 2003).

¹ Baseado na referência à investigadora Lynne Withey

Por volta do meio do século XVIII, no entanto, esta perspetiva foi sofrendo alterações: a natureza foi então descoberta como um vasto reservatório de panoramas. Os poetas românticos reinterpretaram o natural, utilizando-o agora como pano de fundo para as suas obras (Judd, 2003).

Milheiro e Melo (2005) admitem que até ao século XVIII, as viagens caracterizavam-se pelo facto de serem individuais e de se realizarem substancialmente por motivos comerciais, religiosos, de saúde, políticas ou de estudo e formação pessoal/cultural. A partir de então, produziram-se grandes mudanças, tanto do ponto de vista tecnológico, como do ponto de vista económico, social e cultural, que introduziram alterações no conceito das viagens. Em Inglaterra, o incremento do comércio internacional e a Revolução Industrial, com a invenção da máquina a vapor, incrementaram as relações internacionais e, em França, as novas ideias favorecem a abertura ao mundo e ao cosmopolitismo. Em toda a Europa, e em particular em França, constroem-se estradas permitindo a circulação das carruagens. Na segunda metade do século XVIII, a generalidade das pessoas cultas e célebres viajavam por quase toda a Europa e perlongavam as suas estadias, continuando desta forma a tradição iniciada pelo “*Grand Tour*”. (Milheiro e Melo, 2005)

Thomas Cook é uma figura referencial na mudança do paradigma das viagens. Em 1841 organizou uma viagem de comboio, entre as cidades inglesas de Leicester e Loughborough, para levar um grupo de participantes a um encontro médico, organizando assim o que poderá ser entendido como uma excursão. Cook intensificou as suas relações comerciais com a implantação da *Thomas Cook & Son*, a primeira grande agência de viagens, o primeiro grande operador turístico e a primeira empresa a formar profissionais especializados nas áreas das viagens e do turismo. Thomas Cook rapidamente se apercebeu do potencial dos caminhos-de-ferro, que encarava como uma força democrática e progressiva. (Gomes, 2016)

As cidades da era industrial acabaram por ser mais reconhecidas pelas suas habitações extremamente pobres e pelos problemas sociais do que propriamente pelos tesouros arquitetónicos e culturais (Judd, 2003). De acrescentar ainda que o surgimento das cidades industriais do século XIX acabaram por fortalecer o culto pela natureza.

Posteriormente, com a recessão económica de 1939 e a instabilidade política causada pela II Guerra Mundial, a expansão do turismo acabou por ser travada até ao fim da década

de 40. Só a partir de 1950, com o crescimento económico na Europa e nos Estados Unidos é que foram criadas condições para a retoma das viagens turísticas. Para tal muito contribuíram os sindicatos, que conquistaram o direito à redução do horário laboral e às férias pagas, o que aumentou o poder de compra das famílias e permitiu que o turismo entrasse decididamente nas práticas de lazer.

O desenvolvimento da aviação comercial encurtou as distâncias entre os continentes e a Europa- berço do turismo enquanto fenómeno social, tornou-se no continente mais beneficiado, com a sua cultura milenar como principal motivação das viagens (Milheiro e Melo, 2005). A banalização do transporte próprio permitiu viagens mais independentes e a difusão do turismo principalmente entre países vizinhos. Ao longo dos anos 50 e 60, o turismo foi conquistando cada vez mais adeptos.

O relativo clima de estabilidade política, apesar da sempre eminente guerra-fria entre Ocidente e Leste e o progresso económico na Europa e nos Estados Unidos favoreceram as viagens entre os continentes. Na Europa, desenvolveu-se o turismo nos países da bacia do Mediterrâneo. De acordo com as autoras Milheiro e Melo (2005), os operadores de viagens procediam à conceção de produtos de massa, tendo por base os transportes de avião e as cadeias hoteleiras no litoral. Foi a época dos 3 S: *Sun, Sea and Sand* a que, mais tarde, se acrescentou um quarto S, de Sex.

Peixoto, (2003) afirma que a partir dos anos 60 do século XX o turismo tornou-se um fenómeno global massificado. Ainda que o turismo urbano tenha ficado inicialmente à margem desta massificação, as feiras e exposições mundiais consolidaram o hábito de ver as cidades como uma colagem de imagens urbanas estilizadas e cenas pré-definidas (Judd, 2003). A década de 70 surge então com a massificação do turismo: os visitantes fogem da tradicional procura pelo contacto e conhecimento de outras realidades, substituindo esta experiência pela cultura de entretenimento, ilustrada nos milhões de visitas a parques temáticos (Barros, 2016).

1.4 Dos anos 90 à atualidade: a evolução do turismo urbano

A importância do turismo urbano e o seu papel como elemento de animação não pararam de evoluir desde a década de 1990. O turismo de cidade acabou por ter maior promoção aquando da globalização do mundo.

A desregulamentação das companhias aéreas originou o desenvolvimento de transportadoras de baixo custo (as chamadas companhias *low cost*), que oferecem não só tarifas mais baixas, mas um tipo de serviço diferente do que estava implementado. O conceito de viagem de avião sofre transformações e fica, assim, mais acessível a um maior número de pessoas.

Maitland (2010) mostra que na Europa os principais motivos impulsionadores da democratização das viagens relacionam-se com a queda dos regimes dos anos 80 e início dos anos 90, com a expansão da união europeia e, posteriormente, da zona euro.

Desta forma e ainda com base no autor supracitado, compreende-se que para os europeus ocidentais uma série de cidades da Europa central e oriental tornaram-se, recentemente, acessíveis a um custo relativamente baixo. Também para os europeus centrais e orientais, as viagens às cidades do ocidente começaram, ultimamente, a ser possíveis e mais frequentes.

O autor aponta ainda, como elemento fundamental ao crescimento turístico das cidades europeias, o desenvolvimento dos meios de comunicação. O progresso da internet e dos telefones móveis multifuncionais tornaram mais fácil o acesso e a partilha de imagens e comentários sobre as várias cidades, permitindo assim a partilha de conhecimento e a divulgação dos destinos turísticos. Assim, compreende-se a rápida evolução do turismo de cidade nas últimas décadas. Os números estatísticos revelam um crescimento fugaz e provam que nos dias que correm as viagens estão mais acessíveis do que nunca.

Segundo os autores Violier et al (2007) no ano de 2005, os *city breaks* europeus aumentaram 12% em comparação com o ano anterior (2014) enquanto as viagens de sol e praia aumentaram 5% no mesmo período. Os mesmos autores revelam que em Espanha, 93% dos visitantes japoneses são turistas exclusivamente urbanos, os espanhóis que viajam para os Estados Unidos visitam preferencialmente as grandes cidades e os habitantes da União

Europeia têm aumentado o seu interesse pelo turismo urbano, na perspetiva em que consideram a arquitetura e a cultura elementos fundamentais de atração turística.

A evolução do turismo urbano é clara e bastante evidente. Os números não deixam margem de dúvida: em outubro de 2015, a publicação online ambitur (Ambitur, 2015) revelou que no ano de 2014, os europeus realizaram aproximadamente 70 milhões de viagens a cidades no exterior e foram reservadas quase 400 milhões de pernoitas. Em comparação com 2007, as viagens de europeus a cidades internacionais cresceram 60%, correspondendo a 7% por ano.

O mesmo artigo revela que Alemanha é o país de eleição entre os restantes países europeus para as viagens de circuito urbano. Com aproximadamente 10 milhões de turistas em 2014, a Alemanha registou um crescimento de 94% no total de 10% por ano, ultrapassando os que foram, outrora, os destinos de eleição como França e Grã-Bretanha. Além da Alemanha e no seguimento da escala de preferências para as viagens a cidades no exterior, figuram no topo da lista países como Itália e Espanha.

Já Paris e Londres são considerados pelo autor da publicação os “campeões” do turismo urbano, por serem efetivamente os destinos turísticos preferidos para as férias dos europeus. De salientar ainda cidades como Barcelona, Praga, Amsterdão, Viena, Roma, Munique e Nova Iorque que se “situam” no top 10 das preferências dos turistas.

Também a publicação digital Euromonitor International (Bremner, 2016) revelou, em janeiro de 2016, o seu Top City Destinations que abrange 100 das principais cidades do mundo em termos de chegadas de turistas internacionais. A Ásia mostrou dominar o ranking, mas no que respeita aos destinos europeus sabe-se que continuam a ser destinos clássicos e imperdíveis em todo o mundo, com Londres e Paris entre os 10 primeiros, em segundo e quinto lugares, respetivamente. Londres subiu, com um aumento de 4% nas chegadas.

O artigo mostra que, no entanto, os níveis de crescimento nas cidades europeias estão longe dos aumentos observados noutros destinos de cidade asiáticos e dentro do top 100, menos de um terço das cidades são agora europeias. Muitas cidades antigas, como Veneza, Barcelona, Berlim e Amsterdão, vivem momentos de debate sobre o turismo excessivo, com superlotação nos principais locais e atrações. Alguns estão, inclusive, a promover o turismo

fora das áreas principais, dentro ou fora dos limites da cidade do núcleo, numa tentativa de distribuir os visitantes e a sua riqueza de forma mais uniforme e equilibrada.

1.5 Turistas urbanos: as características

As cidades são caracterizadas pela densidade e pela diversidade, seja de funções, instalações, culturas ou povos: é isso que distingue o urbano do rural e caracteriza o modo de vida urbano. Segundo os autores Ashworth and Page (2011), é provável que os visitantes sejam atraídos por uma ou todas estas características urbanas. É esta diversidade de motivos e atividades, bem como a densidade dos seus locais, que é incentivada pelo caráter urbano das cidades. Os autores mostram ainda que as pesquisas realizadas onde os visitantes são questionados sobre o que eles realmente fazem nas suas visitas às cidades, revela-se a popularidade de atividades vagamente articuladas, como "passear", "andar pela cidade", "ficar entre as pessoas". Este comportamento pode refletir alguns elementos-chave das motivações e atividades para a efetivação do turismo urbano.

É também necessário compreender que as cidades são, geralmente, concentrações de poder económico e político, organizações e atividades, bem como de atividades de caráter cultural ou de entretenimento. Desta forma, Ashworth e Page (2011) acreditam que uma alta proporção de viagens às cidades é motivada principalmente pelo primeiro e não pelo segundo conjunto de atributos. Assim, grandes cidades de turismo cultural, como Florença ou Salzburgo, não atraem mais viajantes do que cidades com pretensões culturais mais modestas, como Hamburgo, Lyon ou Zurique.

Ashworth e Page (2011) fizeram uma complexa análise das características do turista urbano, que nos permitem compreender as dinâmicas desta tipologia do setor de atividade. Assim, pode compreender-se que o turista urbano é seletivo, visto que usufrui apenas de uma parte bastante pequena de tudo o que a cidade tem para oferecer: o turista toma decisões sobre o quê, quando, onde e como usar o conjunto de recursos urbanos disponíveis, tem o tempo mais limitado do que a maioria dos visitantes das outras tipologias turísticas.

A duração da estadia em qualquer destino de turismo urbano é muito menor do que em resorts de praia ou de inverno. Isto é em parte porque os motivos para viajar para as cidades são mais variados do que para locais de turismo não-urbano e incluem muitas estadias de curta duração não motivadas por férias (lazer).

Os autores conferem ainda outra característica aos turistas urbanos: caprichosos. Isto no seguimento de que os destinos urbanos estão mais suscetíveis do que outros a ondas de “moda”. Ou seja, na perspetiva dos autores, as cidades são especialmente vulneráveis às mudanças dos gostos e estilos de vida dos consumidores. A popularidade dos períodos históricos, dos estilos e correntes artísticas diminui. Este fator está diretamente relacionado com o ciclo de vida dos destinos e das atrações turísticas.

1.6 Impactos do turismo em contexto urbano

Andereck, Vogt, Knopf e Vogt (2005) acreditam que as consequências relacionadas com o desenvolvimento do turismo podem ser divididas em três grandes categorias: impactos económicos, ambientais e socioculturais.

As consequências económicas estão normalmente associadas ao aumento dos postos de trabalho, a receitas adicionais e também à inflação dos preços no local recetor da atividade turística. No que respeita ao impacto ambiental, o turismo acarreta habitualmente um incremento na poluição, na destruição de ecossistemas, no aumento do lixo e do tráfego. Por outro lado, a atividade promove a proteção de parques naturais que funcionam, também eles, como fatores de atração turística.

Por último, os autores referem os impactos socioculturais associando-os à preservação de tradições e ao aumento da comunicação e compreensão interculturais; por outro lado referem ainda o aumento da criminalidade e as possíveis alterações culturais dos residentes, promovendo assim a possível perda da identidade cultural do local.

Nos próximos tópicos passaremos à breve descrição dos impactos económicos, ambientais e socioculturais, sendo que será dada maior relevância aos últimos, visto serem da maior pertinência para o desenvolver do trabalho.

1.7 Impactos económicos

A atividade turística acarreta vários impactos económicos. Ardahaey (2011) defende que os turistas contribuem ativamente para as vendas, lucros, aumento de postos de trabalho e receitas fiscais. Os efeitos mais diretos ocorrem nos setores primários do turismo - alojamento, restauração, transportes, diversões e comércio.

O autor (Ardahaey, 2011) acredita que através dos efeitos secundários, o turismo afeta a maioria dos setores da economia. Aquando da análise económica do turismo, os impactos positivos parecem superar os negativos visto focarem-se essencialmente nos benefícios que o turismo pode transportar para determinado local.

Ardahaey (2011) defende que existem várias outras categorias de impactos económicos que normalmente não são abordados nas avaliações, pelo menos não diretamente. O autor refere-se a alterações nos preços - o turismo pode, por vezes, inflacionar o custo da habitação e os preços de retalho na área; Alterações na propriedade e outros impostos - os impostos para cobrir o custo dos serviços locais podem ser maiores ou menores na presença da atividade turística: em alguns casos, os impostos cobrados direta ou indiretamente dos turistas podem gerar impostos locais reduzidos para escolas, estradas, enquanto que em outros casos, os moradores podem ser taxados mais pesadamente para cobrir os custos adicionais de infraestruturas e serviços. Compreende-se ainda que existem também consequências económicas relacionadas com os impactos ambientais e sociais que podem ser positivos ou negativos. Assim e como exemplo, o congestionamento de tráfego aumentará os custos de movimentação tanto para as famílias como para as empresas, da mesma forma que as acessibilidades melhoradas que atraem turistas também podem incentivar empresas para se deslocarem para a área em questão.

1.8 Impactos ambientais

Os efeitos ambientais, amplamente definidos, incluem elementos culturais e sociais e representam, segundo Koncul (2007) o maior problema do turismo. Os locais onde a superlotação e o “superdesenvolvimento” ocorrem são muitas vezes relativamente pequenos e possuem ambientes considerados frágeis. Em épocas de “pico”, ou seja, nas épocas consideradas altas, os visitantes podem ultrapassar a população residente.

O autor acredita que o excesso turístico pode aumentar a procura por recursos secundários, apontando ainda que a água e a energia podem tornar-se escassas em determinados destinos, influenciando assim o ecossistema e a qualidade de vida dos locais. Koncul (2007) admite que a perda de flora e fauna em determinados lugares ocorre devido à expansão do turismo. Segundo o autor, o fluxo de turistas com um estilo de vida diferente pode não só perturbar a vida económica existente, mas também pode destruir as culturas.

Aghajani (2007) acredita que os impactos físicos negativos resultantes do desenvolvimento do turismo ocorrerem quando o nível de utilização do visitante é maior do que a capacidade do ambiente de lidar com essa mesma utilização dentro dos limites aceitáveis de mudança. Compreende-se que o desenvolvimento do turismo necessita de recursos naturais para facilitar sua expansão. Portanto e com base no autor (Aghajani, 2007) a água e a terra são dois recursos naturais importantes que podem ser ameaçados pelo turismo. O turismo convencional descontrolado representa, na perspetiva do autor, ameaças potenciais a muitas áreas naturais ao redor do mundo, podendo exercer uma enorme pressão sobre uma área e gerar impactos como erosão do solo, aumento da poluição, descargas no mar, perda de habitat natural, aumento da pressão sobre espécies ameaçadas de extinção e maior vulnerabilidade aos incêndios florestais.

Desta forma, Aghajani (2007) mostra que embora o turismo se apresente como um inimigo do ambiente, pode funcionar de forma harmoniosa se corretamente planeado e com a cooperação de todas as organizações e indústrias que possam estar direta ou indiretamente ligadas à atividade turística. Com o intuito de argumentar esta sua posição o autor enumera alguns dos impactos positivos do turismo no meio ambiente, referindo que o setor do turismo pode, efetivamente, contribuir positivamente para a proteção do meio ambiente, para a

restauração da diversidade biológica e para a utilização sustentável dos recursos naturais. Tal pode acontecer visto que as áreas naturais são consideradas atrações turísticas extremamente valiosas e daí surge a intenção de as preservar.

Aghajani (2007) acredita ainda que o turismo tem o poder de disseminar a consciencialização para os problemas ambientais, quando a atividade aproxima as pessoas do meio ambiente e da natureza. Outro aspeto positivo enumerado pelo autor está relacionado com a aplicação de medidas reguladoras com o intuito de controlar o número de visitantes dentro de áreas protegidas, permitindo limitar os impactos nocivos sobre os locais.

1.9 Impactos socioculturais

O turismo pode ter variados efeitos sobre os aspetos sociais e culturais da vida em determinada região ou área, dependendo das forças culturais e religiosas dessa região.

Zaei e Zaei (2013) defendem que a interação entre os turistas e a comunidade recetora pode ser um dos fatores que podem afetar uma comunidade, pois os turistas podem não ser sensíveis aos costumes, tradições e padrões locais. Paul (2012) confirma que o turismo está diretamente associado ao contacto entre culturas, diferentes comportamentos, bem como diversos valores e tradições. O autor acrescenta que o turismo proporciona a aprendizagem entre as populações recetoras e os visitantes, através da interação direta entre ambas realidades.

Por outro lado, enquanto Zaei e Zaei (2013) apontam que os turistas podem influenciar negativamente a população recetora por não serem sensíveis às tradições e valores locais, Paul (2012) defende que a atividade turística exige que as comunidades de acolhimento sejam mais recetivas e educadas para prestar serviços de qualidade aos turistas. Além disso, o autor acredita que as interações entre os habitantes locais e os turistas geram o surgimento de novas ideias, valores e motivações para o progresso social e económico.

O desenvolvimento de atividades turísticas em determinadas regiões podem conduzir a uma melhoria de vida dos locais através de melhores instalações e infraestruturas locais (desenvolvidas para sustentar o turismo) que possam conduzir a uma melhor educação,

cuidados de saúde, oportunidades de emprego e rendimentos; Mais eventos culturais e sociais disponíveis para a população local; Melhoria das instalações desportivas e de lazer criadas para os turistas que as populações locais podem utilizar, especialmente fora da época turística; Conservação do património cultural local de uma região; As áreas urbanas que podem estar em declínio podem ser revitalizadas e a migração de pessoas das áreas rurais para áreas urbanas para o emprego pode ser revertida à medida que os postos de trabalho passem a ficar disponíveis na indústria do turismo (Zaei e Zaei, 2013).

Middleton (1998) confirma que o turismo pode, efetivamente, influenciar negativamente a cultura da comunidade recetora por poder prejudicar as artes locais e tradições culturais dos moradores, removendo assim sua lógica original e transformando-os em eventos encenados artificiais, com fins lucrativos. Como vimos na descrição dos impactos económicos que visam a possível inflação do custo de vida do local, tal como os impactos ambientais mostram que o setor turístico pode afetar a quantidade e a qualidade dos recursos naturais de uma determinada área, compreende-se que as consequências socioculturais da atividade estão interligadas a todos os fatores anteriormente apresentados.

Nesta perspetiva, Paul (2012) faz um paralelismo entre o turismo e a globalização (que estão intimamente relacionados), atribuindo-lhes a “culpa” para fenómenos como a perda da identidade cultural. Assim, o autor afirma que é impossível falar do impacto sociocultural do turismo sem falar de globalização e dos seus efeitos nas culturas locais. Um dos resultados da globalização é o consumismo - definido como um aumento da procura por consumo numa variedade crescente de produtos e serviços. Paul acredita que o consumismo afeta os turistas, que fazem parte da sociedade orientada para o consumo.

Paul (2012) mostra ainda que a globalização é acusada de destruir a identidade sociocultural das comunidades locais, os seus valores e tradições, fazendo com que as cidades visitadas pelos turistas não sejam autênticas. O autor admite que, nestas circunstâncias, a diversidade dá lugar à eficiência e a cultura local é substituída por uma cultura global.

1.10 Percepção da comunidade recetora face aos impactos do turismo

A literatura revela que a percepção dos residentes face aos impactos está diretamente relacionada com os benefícios ou não que o turismo representa na vida dos inquiridos. Andereck, Vogt, Knopf e Vogt (2005) comprovam isto mesmo, afirmando que quando o turismo influencia positivamente a comunidade recetora, a atitude face ao setor acaba por ser positiva. Quando os inquiridos não recebem quaisquer retornos da atividade, então os impactos negativos parecem ser mais notados.

Um estudo sobre a satisfação dos residentes face ao turismo no Algarve, Portugal, (Guerreiro, Mendes, Valle and Silva, 2008) conclui precisamente o acima descrito: os autores concluem que o grau de importância atribuído ao setor varia consoante a dependência económica da atividade e do grau de interação com os turistas. Os residentes que lidam mais diretamente com o turista e que dependem, de alguma forma, do setor de atividade, vêm mais atributos ao desenvolvimento do turismo do que os que não dependem da atividade nem mantêm qualquer contacto com os visitantes.

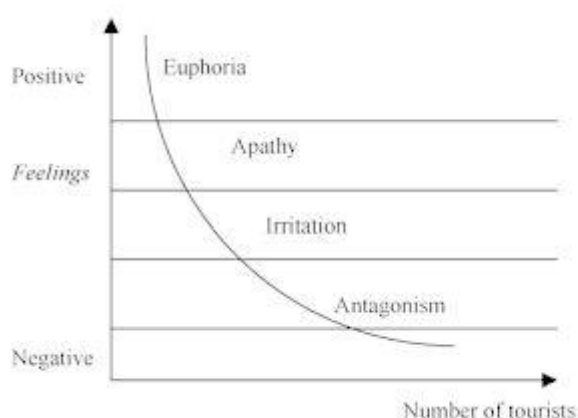
No entanto, para melhor compreender o comportamento da população recetora face ao desenvolvimento turístico, interessa mencionar Doxey. O autor desenvolveu um modelo indicador de irritação da comunidade recetora com relação aos visitantes. Este modelo busca identificar e explicar os efeitos cumulativos do desenvolvimento do turismo sobre as relações sociais e a evolução da mudança nas atitudes da população local de um destino face aos turistas.

Assim, compreende-se que a atitude da população local sobre o turismo atravessa quatro diferentes fases, definidos por Doxley (citado por Aires, 2011):

- euforia - Fase inicial do desenvolvimento turístico, na qual visitantes e investidores da atividade são bem-vindos. O turismo é visto como fonte de emprego e de lucro pelos residentes;
- apatia - Os visitantes são valorizados. O turismo é visto como uma atividade de lucros. O contacto entre visitantes e visitados é mais formal. Existe o predomínio de interesses comerciais no contacto com turistas por parte dos residentes;

- irritação - Residentes tornam-se saturados com a chegada de turistas e passam a desconfiar e duvidar dos benefícios da indústria turística;
- antagonismo - O nível de irritação dos residentes é amplamente expresso. Os visitantes são vistos como a causa de todos os problemas.

Figura 1 Modelo de Irridex de Doxey



1.11 Veneza e Barcelona: dois casos do turismo urbano levado ao extremo

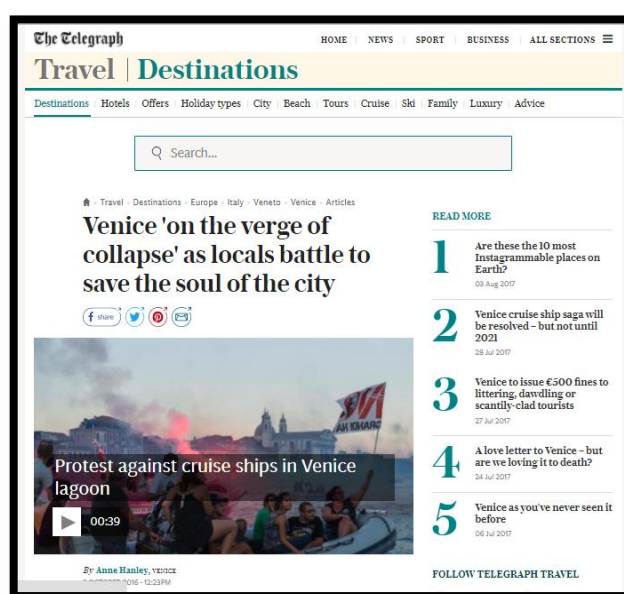
A) Veneza

Veneza impõe-se como uma atração turística internacional bem conhecida, afirmando-se como possivelmente uma das cidades turísticas mais famosas do mundo. No entanto, e com base no que defende o autor Russo (2002), persiste um desconhecimento generalizado quanto ao facto do centro histórico de Veneza, no coração da lagoa, ser uma "área problemática".

O autor argumenta que os problemas que aterrorizam a cidade se prendem, essencialmente, com as famílias jovens expulsas do centro por preços de habitação inacessíveis e falta de postos de trabalho especializados de alto escalão. De resto, Russo (2002) afirma que a população em Veneza passou de 170.000 para 70.000 na metade de um século e ainda está a diminuir a uma taxa anual de 0,5%. Em 2014 eram pouco mais de 50 mil os habitantes de Veneza (Ordaz, 2014).

Outros números são ainda apresentados, com o intuito de ilustrar o cerne do problema da cidade: a pressão turística surge como um elemento fundamental à saída dos residentes, visto que existe uma tendência exponencial da relação visitantes/moradores, atingindo em 2002 50-1 no centro histórico de Veneza (Russo, 2002).

Figura 2 “Venice’ on the verge of collapse’



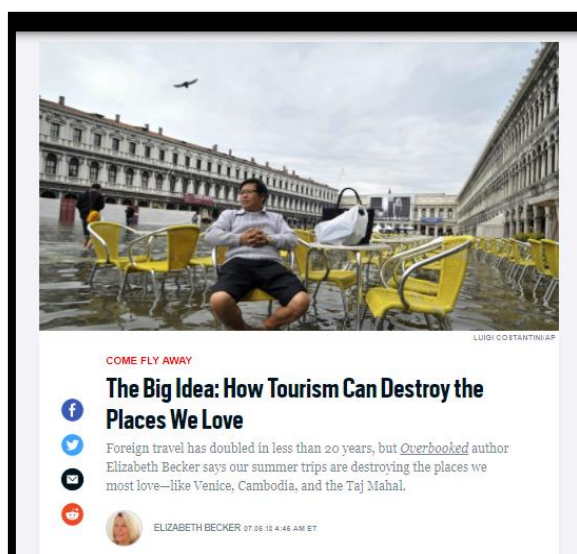
(Hanley, 2016)

Esclarecendo, e com base nos dados apresentados pelo autor, por cada morador existem aproximadamente 50 turistas. Isto é, em cada 51 pessoas, apenas uma é residente.

O caso de Veneza é, há muito, debatido. São vários os jornalistas que se dedicaram a expor a situação atual da cidade, com o intuito de dar a conhecer a realidade “menos romântica” daquele que é o destino de eleição de milhões de turistas.

Em outubro de 2016 o jornal britânico The telegraph publicou um artigo subordinado ao título “Venice 'on the verge of collapse' as locals battle to save the soul of the city”. A jornalista Anne Hanley retrata uma cidade de 55.000 habitantes que vivem ao longo de ruas estreitas e tortuosas e que vivem um “assédio” diário por um fluxo de 70.000 ou mais visitantes, metade dos quais são “day-trippers”.

Figura 3 "How tourism can destroy the places we love"



(Becker, 2013)

Também Elizabeth Becker, jornalista do New York Times e autora de livros sobre esta temática, escreveu para o *Daily Beast* para explicar o fenómeno Veneza. A jornalista descrever a cidade como uma obra-prima ao ar livre. No entanto, mostra que na última década, a cidade de menos de 60.000 habitantes foi inundada com mais de 20 milhões de visitantes a cada ano. Revela ainda que o *boom* turístico está a expulsar os habitantes locais. As causas parecem óbvias: torna-se impossível aos residentes pagar o custo de vida imposto pela procura turística.

Nota-se, ainda, ao ler o artigo da autora que o artesanato local, os serviços locais essenciais, as escolas, clínicas, padarias e mercearias vêem-se substituídas por lojas de *souvenirs* e *boutiques* estrangeiras de alto nível. Pode ler-se ainda que “As Nações Unidas dizem que Veneza está em maior perigo de ser afogado por turistas do que por água”.

Também a revista Visão, em 2014, revelou a “morte de Veneza” – título dado ao artigo do jornalista Pablo Ordaz (Ordaz, 2014). Pode ler-se que “O turismo de massas desenfreado

roubou a alma à cidade e converteu Veneza num parque temático que é simultaneamente o seu sustento e a sua tragédia”.²

b) Barcelona

“With a population of more than 1,6 million inhabitants, Barcelona is today one of the world’s leading tourist, economic, trade fair/exhibitions and cultural sports centres, and a heavyweight in commerce, education, entertainment, media, fashion, science, and the arts. It is a major cultural and economic centre in south-western Europe and a growing financial centre. Barcelona is a transport hub with one of Europe’s principal ports. Barcelona’s international airport handles over 34 million passengers per year and the city has an extensive motorway network. Recently the city has also become a hub for high-speed rail as it has joined the new link between Spain and France, currently the second longest in the world.”

(World Tourism Organization, 2012)

Rubio (2006) mostra que foi em meados dos anos 80 que o turismo em Barcelona começou a tornar-se, efetivamente, numa realidade. No entanto, é em 1992 com a receção dos Jogos Olímpicos que se dá a consolidação da cidade como um destino turístico.

A partir daqui a indústria e o governo reúnem esforços com o intuito de promover o turismo na cidade, destacando o potencial turístico de Barcelona. O autor mostra que desde este ponto de viragem na história da cidade catalã, os processos por que a cidade passou nas últimas décadas proporcionou uma reconstrução física da paisagem urbana e a alteração e consequente atualização dos símbolos característicos e associados à cidade em questão.

Assim, e ainda com base no autor (Rubio, 2006), no ano de 2002 Barcelona manteve-se como o sétimo destino em termos de número de turistas recebidos, em comparação com outras cidades europeias.

² (Ordaz, 2014), consultado a 9 de janeiro de 2017. O artigo foi escrito pelo autor em agosto de 2015 para o El País e foi republicado pela revista Visão em 2014.

O autor defende ainda que Barcelona foi-se adaptando totalmente ao turismo, de forma a envolver tanto as grandes empresas e instituições como os pequenos empresários neste processo de adaptação. No entanto, esta adaptação tem sido analisada de forma crítica, especialmente pelos moradores da cidade. São intermináveis as publicações jornalísticas internacionais que dão conta de uma Barcelona “turistificada”.

Em 2014, um documentário sobre a tensa relação entre Barcelona e os turistas, alertou que a cidade se tornava, dia após dia, num “parque temático” desprovido de identidade (Fernández, 2014). Na descrição do filme pode ler-se que Barcelona não é uma grande metrópole, mas que se pode orgulhar de ser a quarta cidade com maiores números de turismo após três grandes capitais como Londres, Paris e Roma. Os moradores têm visto em apenas uma década o número de turistas a triplicar e a economia voltada para o serviço turístico a explorar uma herança construída por gerações anteriores. O documentário refere ainda que os habitantes de Barcelona perderam parte emblemática da cidade em prol do turismo de massa que, segundo o diretor, cada vez mais corrói e ocupa a cidade.

A publicação online *Bloomerang* (Matlack, 2015) conta que os records turísticos de Barcelona não são considerados motivos de festejo por parte de Ada Colau Ballano, que venceu as eleições municipais em maio de 2015. Segundo a publicação supracitada, a política considera que a onda de turismo está a tornar a cidade inabitável para os 1.7 milhões de habitantes. Aliás, Ada Colau referiu em 2014 que o modo de vida de todos os habitantes de Barcelona estava a ser seriamente ameaçado pelo turismo (LaGrave, 2017).

Em janeiro do corrente ano de 2017, foi então aprovado pela política um plano urbano especial para alojamento turístico (LaGrave, 2017). A lei de alojamento limita o número de camas disponíveis e congela a construção de novos hotéis em algumas zonas da cidade.

Compreende-se ainda que durante grande parte do ano, a zona pedonal de Las Ramblas e o bairro gótico Labyrinthine estão cheios de turistas, incluindo dezenas de milhares de passageiros que desembarcam diariamente de navios de cruzeiro. Os vendedores no mercado histórico de La Boqueria queixam-se que o excesso de turistas impede que os locais façam as suas compras diárias.

Figura 4 A guerra do turismo em Barcelona



(Público, 2017)

O artigo realça ainda que os locais se queixam essencialmente do barulho, do lixo e do aumento do custo de vida na cidade. No bairro de Gràcia, os manifestantes chegaram inclusive a ocupar um prédio para impedir a sua conversão num hotel. Há ainda quem culpe o turismo pela gentrificação a que se assiste e pela substituição de lojas de comércio tradicional por negócios de grandes cadeias internacionais.

Os últimos tempos em Barcelona têm sido de revolta e o sentimento anti-turismo parece ser mais intenso do que nunca. O jornal Público (Público, 2017) noticiou uma manifestação violenta de residentes contra um autocarro turístico. Os manifestantes acreditam, segundo o que se pode ler no artigo, que o turismo está a destruir os estilos de vida dos residentes da cidade.

Poucos dias após estes acontecimentos, a imprensa nacional partilha informações sobre um grupo de uma centena de residentes que invadem uma praia de Barcelona, manifestando-se contra aquilo que os manifestantes acreditam ser a “usurpação dos espaços e dos recursos por parte de um número cada vez maior de turistas”.

Este artigo (França, 2017) mostra ainda que o grupo que mais tem lutado contra o turismo de massas, o Arran, considera que os “dividendos da atividade não são distribuídos

de forma igualitária, que os empregados nas áreas da hotelaria e restauração recebem salários muito baixos e que a pressão imobiliária está a expulsar as pessoas dos seus bairros”.

Figura 5 Protestos anti-turistas



(França, 2017)

A verdade é que após a implementação do plano urbano a expectativa era que os números turísticos fossem controlados, com o intuito de devolver a cidade aos seus habitantes. Com base nas notícias que nos chegam, compreende-se que os residentes continuam descontentes com a atividade turística.

1.12 Desafios e tendências para o futuro

A expansão urbana tem decididamente estabelecido as cidades como centros estratégicos de crescimento, inovação e criatividade; simultaneamente, o turismo urbano está a afirmar-se como um dos setores do turismo com maior crescimento no mundo (Paskaleva-Shapira, 2007).

As cidades constituem apenas dois por cento da superfície terrestre, mas são o lar de mais da metade da população mundial. Na Europa, a proporção de moradores urbanos é ainda maior. Hoje, quase 75% dos europeus vivem em cidades e áreas urbanas e, até 2020, deverá aumentar para 80% (União Europeia, 2010).

De acordo com as Nações Unidas, espera-se que a população urbana mundial aumente 61% até 2030, quando 5 bilhões de pessoas viverão em cidades. Com o desenvolvimento acelerado, levantam-se questões sobre os reais impactos do setor.

Paskaleva-Shapira (2007) consideram que as oportunidades inexploradas e os efeitos negativos crescentes sobre as comunidades locais, no entanto, destacam cada vez mais a importância de lidar com o setor tendo em especial atenção a economia urbana, meio ambiente, sociedade e especificidades culturais.

Desta forma, os autores supracitados defendem que o crescimento sem precedentes da procura pelo turismo urbano requer a construção de destinos urbanos competitivos e exige uma gestão eficaz capaz de encarar as cidades como sistemas complexos onde os fenómenos económicos, sociais e ambientais estão sempre relacionados.

Paskaleva-Shapira (2007) apresentam quatro principais desafios para os destinos urbanos que passam pelo desenvolvimento de destinos competitivos e sustentáveis; pela gestão de sistemas de turismo urbano; pela criação de um turismo urbano de qualidade e pela utilização do marketing para incrementar a atratividade das cidades.

Também a OMT (World Tourism Organization, 2012) compreendeu que o fugaz crescimento do setor turístico em contexto urbano representa, obrigatoriamente, novas tendências que acarretam novos desafios. No documento citado, subordinado ao título *Global report on city tourism*, depreende-se que as tendências passam pelos elementos experienciais e emocionais; pelo prazer de viajar cada vez mais incutido nas sociedades desenvolvidas e pelo reforço da valorização da ética no turismo, que levará o turista a tornar-se mais exigente no que respeita a temáticas relacionadas com a sustentabilidade e a responsabilidade.

A OMT acrescenta ainda que estes potenciais fatores de tendência exigirão um alinhamento claro dos interesses tanto das empresas como dos destinos turísticos. Portanto, a organização definiu algumas estratégias para responder às necessidades emergentes do

turismo urbano. Estas estratégias pressupõem a evolução das mentalidades de quem viaja e de quem recebe os turistas. Compreende-se que é expectável que as sociedades acompanhem a evolução das novas tecnologias e que adquiram competências interculturais para que se torne possível a compreensão adequada de diversos contextos; A OMT considera ainda possível responder aos desafios futuros através da aprendizagem em conjunto das várias partes interessadas dos destinos e com o planeamento estratégico a médio prazo, estabelecendo limites para o desenvolvimento.

O relatório citado sugere que uma cooperação eficaz, bem gerida e equilibrada é essencial para que o tráfego turístico beneficie todas as partes envolvidas.

Compreende-se, então, que a sustentabilidade dos destinos surge como elemento fundamental à resposta dos desafios que o futuro apresente. Paskaleva-Shapira (2007) consideram que o turismo urbano é, cada vez mais, visto como um meio de desenvolver destinos urbanos competitivos, no contexto de melhorar a atratividade e o funcionamento de lugares e regiões como áreas de visita através de um processo sustentável, não apenas económica e ecologicamente, mas social, cultural e politicamente. A prosperidade da comunidade a longo prazo está a tornar-se num critério pelo qual os destinos podem ser avaliados competitivamente. O destino mais competitivo é aquele que traz o maior sucesso, ou seja, o maior bem-estar dos seus moradores.

A UNESCO avaliou, também, o futuro do turismo urbano. Compreende-se que as alterações começam a surgir essencialmente por parte do turista e que tais mudanças podem conduzir à alteração do paradigma do turismo urbano e de massas.

Compreende-se que o turista do hoje e do futuro se apresenta com uma maior consciencialização relativamente ao meio ambiente; possui mais experiência e mais conhecimento no que às viagens respeita; é mais exigente no momento de decidir o destino; tem preferência por novos produtos turísticos – essencialmente lugares ambientalmente amigáveis e socialmente justos- e viajam mais e com mais frequência (UNESCO, *Sustainable Tourism Development in UNESCO*).

Pode ainda depreender-se, após análise do artigo *Sustainable Tourism Development in UNESCO*, que as próprias atividades que os turistas do futuro procurarão podem indicar a

mudança e a reestruturação de modelos turísticos. Sabe-se que cada vez mais turistas desejam participar em atividades recreativas, desportivas e de aventura e que esta tendência parece evoluir a olhos vistos.

Quem visita vai, paulatinamente, interessar-se pela história da cultura e pelas áreas naturais existentes nos destinos, pelo que a cultura e o ecoturismo são, cada vez mais, o mote para a deslocação turística.

Desta forma, o turista do futuro prevê-se mais responsável, mais culto, mais atento e mais exigente. Será o turista o responsável pela adoção de medidas a favor da promoção da sustentabilidade nos destinos recetores e prevê-se que tais alterações possam conduzir a melhores planificações urbanas e a novos modelos de desenvolvimento turístico.

1.13 Conclusão

Viajar está, finalmente, ao alcance da grande parte da população europeia. A globalização e as suas consequências, o aumento da oferta das companhias aéreas *low-cost* e uma grande variedade de oferta de serviços turísticos para públicos diversos permitem que, nos tempos que correm, viajar faça parte da rotina diária de grande parte da população europeia.

No entanto, com a circulação de pessoas a aumentar a passos largos, surgem questões fundamentais que dividem a opinião: serão os residentes de determinado destino quem tem a obrigação de saber receber o turista (?); será o turista que tem que adaptar os seus comportamentos e estilos de vida (?).

Estarão os turistas cientes dos seus impactos económicos, ambientais e socioculturais? Existe uma preocupação constante em minimizar os impactos negativos provocados pelo turista ao residente?

A verdade é que casos como os de Veneza e Barcelona mostram que a maioria dos turistas vive alienado a estas questões e, por vezes, desconhece totalmente o facto de estar a influenciar negativamente a vida de determinado residente de determinado destino turístico.

O que compreendemos aqui é que é essencial compreender exatamente quais os tipos de impactos inerentes à atividade turística e, posteriormente, analisar medidas de maximizar os impactos positivos e minimizar os negativos.

Acreditamos que todos os destinos devem ser sustentáveis: económica, ambiental, social e culturalmente e é por isso que no capítulo que se segue apresentaremos medidas analisadas na literatura que visam, precisamente, a sustentabilidade dos destinos turísticos e das suas populações.

2. Turismo sustentável

2.1 Introdução

Como já mencionamos antes, as Nações Unidas declararam 2017 como o Ano Internacional para o Desenvolvimento do Turismo Sustentável. O objetivo é claro: consciencializar governos, empresas e turistas para a necessidade de acompanhar o crescimento do sector com práticas que promovam a proteção do meio ambiente, a inclusão social, a diversidade cultural e a igualdade económica.

Se no capítulo anterior mostramos quais os impactos do turismo e notamos que, com base nos autores mencionados, em determinados destinos as consequências ambientais, sociais e culturais da atividade turística já se sentem mais do que os efeitos positivos diretamente relacionados com a economia do destino, percebemos então que é tempo de lutar por espaços onde exista uma harmonia balanceada entre o turismo e aquele que é e sempre foi o estilo de vida dos residentes.

Ao longo das próximas páginas apresentaremos várias medidas sugeridas pela UNEP (*United Nations Environment Programme*) que visam o alcance da sustentabilidade a vários níveis. Vamos, uma vez mais, focar-nos com mais atenção às medidas que consideram aspetos sociais e culturais.

Neste capítulo apresentaremos também a discussão sobre dois conceitos considerados polémicos: a gentrificação e a turistificação: são questões que começam a ser discutidas com

mais frequência em Portugal sobre os nossos principais centros urbanos onde se tem observado um grande desenvolvimento da atividade turística.

2.2 Conceptualização

"Turismo que tenha plenamente em conta os seus atuais e futuros impactos económicos, sociais e ambientais, atendendo às necessidades dos visitantes, da indústria, do ambiente e das comunidades de acolhimento". É desta forma que a UNWTO & UNEP (2005) definem turismo sustentável.

Assim, segundo a mesma fonte, as diretrizes e práticas de gestão do turismo sustentável devem ser aplicáveis a todas as formas de turismo em todos os tipos de destinos, incluindo o turismo de massa e os vários segmentos de turismo de nicho. Os princípios de sustentabilidade referem-se aos aspetos ambientais, económicos e socioculturais do desenvolvimento do turismo e um equilíbrio adequado deve ser estabelecido entre essas três dimensões para garantir sua sustentabilidade a longo prazo.

Desta forma, a *World Tourism Organization* e a *Nations Environment Programme* (2005) definiram determinadas diretrizes que definem o que deve ser, exatamente, o turismo sustentável. Compreende-se, assim, que para o turismo ser sustentável deve haver uma utilização responsável dos recursos ambientais que constituem um elemento-chave no desenvolvimento do turismo, mantendo os processos ecológicos essenciais e contribuindo para a conservação do património natural e da biodiversidade; deve respeitar a autenticidade sociocultural das comunidades de acolhimento, conservar o seu património cultural construído e vivo e os valores tradicionais e contribuir para a compreensão intercultural e tolerância; assegurar operações económicas viáveis a longo prazo, proporcionando benefícios socioeconómicos a todas as partes interessadas que sejam distribuídas de forma justa, incluindo emprego estável e serviços sociais para as comunidades de acolhimento, contribuindo para o alívio da pobreza.

O desenvolvimento do turismo sustentável exige a participação informada de todas as partes interessadas relevantes, bem como uma forte liderança política para garantir uma

ampla participação e a criação de consenso. A “construção” de um turismo sustentável é um processo contínuo e exige um monitoramento constante dos impactos, introduzindo as medidas preventivas e / ou corretivas necessárias sempre que assim for necessário e pertinente.

O turismo sustentável deve também manter um elevado nível de satisfação turística e garantir uma experiência significativa aos turistas, sensibilizando-os para questões de sustentabilidade e promovendo práticas de turismo sustentável entre eles.

Balasubramanian (2005) acredita que o desenvolvimento sustentável, como conceito económico, tornou-se popular com a publicação do Relatório Brundtland em 1987. Desde então, tem sido aplicada de forma independente e traduzida para uma série de atividades económicas. O autor defende ainda que no que ao turismo respeita, tem havido muito debate e discussão sobre a utilização dos princípios do desenvolvimento sustentável, no entanto, segundo a perspetiva do autor, uma análise da literatura revela que há uma série de ambiguidades e inconsistências ao traduzir os princípios do desenvolvimento sustentável para o turismo, na teoria e na prática.

Niedziółka (2014) acredita que para ser possível explorar os princípios e objetivos do desenvolvimento sustentável no turismo é extremamente necessário saber definir o termo “desenvolvimento sustentável”. O autor afirma que, embora haja já uma aceitação generalizada do desenvolvimento sustentável, permanece alguma falta de consenso sobre o real significado do termo, admitindo que a definição que considera mais acertada, remonta ao relatório de Brundtland: “O desenvolvimento sustentável é aquele que atende às necessidades da geração presente, sem ameaçar a capacidade das gerações futuras para atender às suas próprias necessidades”.

A verdade é que, embora a definição de desenvolvimento sustentável e de turismo sustentável pareça ser simples e não haja grandes divergências na altura de definir o conceito, a literatura demonstra que a aplicação dos termos pode não ser assim tão simples. Dredge, et al. (2006) mostram que as interpretações do que é sustentável são suscetíveis a alterações ao longo dos tempos, à medida que o interesse e o comprometimento das partes interessadas com as diferentes questões mudam. Os autores defendem ainda que o protagonismo atribuído ao turismo sustentável tem se concentrado nos benefícios económicos associados ao setor de atividade e as respostas políticas acabam por enfatizar a construção de negócios, a expansão dos mercados e a promoção do investimento.

Os autores acrescentam ainda que o principal objetivo da aplicação do conceito de sustentabilidade ao setor do turismo previa o aumento da prosperidade económica e, consequentemente, se traduziria em benefícios sociais e melhorias no que à sustentabilidade da comunidade respeita. No entanto, Dredge, et al., (2006) afirmam que “estudos recentes demonstraram a necessidade de levar em consideração os impactos positivos e negativos do turismo sobre as comunidades locais”.

Também Cohen (2002) apresenta algumas críticas à forma como o conceito “sustentabilidade” tem surgido aplicado ao setor turístico. O autor afirma que o conceito não pode ser considerado isolado do contexto sociopolítico em que nasceu e em que opera. O autor acredita que a imprecisão do conceito de sustentabilidade no setor do turismo permite que o termo seja utilizado de forma incorreta e até abusiva pelas partes interessadas, nomeadamente pelos empresários do turismo. Assim, com base no que descreve o autor, compreende-se que como a “sustentabilidade” se tornou, ao longo dos tempos, uma característica desejável das empresas aos olhos dos potenciais consumidores, o conceito adquire um valor altamente promocional, podendo colocar em causa a verdadeira aplicação do conceito, sendo utilizado apenas como “rótulo” para potenciar benefícios económicos.

Robinson (1999) acredita que a aplicação da sustentabilidade ao contexto turístico é fraca e acrescenta que o turismo dito sustentável tende a ignorar questões culturais importantes tais como a identidade cultural, o sentimento de pertença, o significado espiritual e os direitos morais e legais no contexto da comunidade recetora. O autor afirma ainda que o turismo sustentável não é capaz de compreender os parâmetros culturais da relação entre o homem e o ambiente e “acusa” ainda o conceito de ignorar a justiça social e o consentimento cultural como partes fundamentais ao desenvolvimento sustentável.

Berno e Bricker (2001) acusam o turismo sustentável de ser um conceito inadequado por levantar mais questões do que as pode responder. Os autores mostram que as respostas ao desenvolvimento do turismo sustentável comumente representam duas escolas básicas de pensamento: (1) preocupação com a promoção do desenvolvimento sustentável, apesar dos seus desafios e (2) preocupação com a condenação da indústria. Esta última abordagem, segundo a perspetiva dos autores, demonstra que o desenvolvimento sustentável é um mito e que é impossível promover o turismo, mantendo ao mesmo tempo um ambiente de boa qualidade. Os autores acrescentam ainda que dada a importância económica do turismo,

muitos aceitam que é de interesse do setor garantir a longevidade dos recursos de que depende.

Berno e Bricker (2001) concluem afirmando ainda que existe uma alta necessidade de se alcançar um equilíbrio entre os interesses comerciais e os interesses ambientais mais amplos. Desta forma, sugerem ainda que devido à complexidade da indústria e do produto do turismo e à maneira fragmentada como o turismo é organizado, o turismo sustentável é incompatível com os aspetos do desenvolvimento sustentável. A natureza dependente da produção turística em escala global e as características do consumo turístico não se encaixam facilmente nos princípios do desenvolvimento alternativo endógeno. Isto sugere, com base nos autores, que os princípios do desenvolvimento sustentável não podem ser transpostos diretamente para o contexto do turismo.

Importa mencionar que apesar do conceito de sustentabilidade estar (erradamente) associado apenas a destinos turísticos em espaços rurais, as definições e medidas são passíveis de aplicar a qualquer prática turística, nomeadamente ao turismo em espaço urbano que é, como se nota no capítulo anterior, o mote para o trabalho que aqui apresentamos.

2.3 Sustentabilidade: económica, ambiental e sociocultural

O turismo pode, efetivamente, representar benefícios e questões mais problemáticas para as regiões. Segundo a WTO (1998), a atividade turística, quando bem planeada, desenvolvida e gerida pode gerar empregos e lucros locais, oferecendo ainda oportunidades para os empresários locais estabelecerem empresas de turismo, o que leva a melhorar o nível de vida dos moradores. As receitas fiscais geradas pelo turismo podem ser utilizadas para melhorar as instalações e serviços comunitários.

A organização mundial de turismo afirma ainda que o turismo pode estimular a expansão de outras atividades económicas, como agricultura, pesca, manufatura e produção artesanal. O turismo pode também estimular o desenvolvimento de novas e melhoradas instalações comerciais e culturais que podem ser usadas por residentes e turistas. O turismo tem ainda o poder contribuir para a conservação de áreas naturais, espaços arqueológicos e históricos, artes, artesanato e tradições culturais e para a melhoria global da qualidade ambiental, visto que estas são atrações turísticas que interessam estar preservadas da melhor forma possível.

No entanto, a OMT afirma que se a atividade turística não for devidamente planeada, desenvolvida e gerida, pode resultar em congestionamento, poluição e outros problemas ambientais. O uso descontrolado por turistas de áreas de conservação e sítios históricos pode levar à sua deterioração. A comercialização excessiva das tradições culturais pode resultar na degradação do património cultural da região. Pode haver perda de benefícios económicos para a área local se não houver o controlo do desenvolvimento do turismo.

Assim, a WTO (1998) acredita que através de um cuidadoso planeamento e desenvolvimento os benefícios do turismo podem ser maximizados e os problemas minimizados.

Desta forma, compreende-se que a sustentabilidade em contexto turístico passa pela otimização da economia, do meio ambiente e da estrutura sociocultural. Nos seguintes subcapítulos abordaremos sinteticamente os indicadores de sustentabilidade previstos pela OMT, através da viabilidade económica e a integridade ambiental, onde serão apresentadas algumas estratégias com base na literatura; será dada maior atenção à sustentabilidade sociocultural por ser o indicador que consideramos de maior pertinência para o desenvolvimento do trabalho.

2.4 Viabilidade económica

A UNEP (2005, p. 26) considera extremamente importante, no contexto da sustentabilidade económica dos destinos turísticos, que se assegure a viabilidade e a competitividade dos destinos e das empresas, para que possam continuar a prosperar e proporcionar benefícios a longo prazo. McKercher (2003) acredita que um destino turístico economicamente sustentável deve ser rentável a médio e longo prazo.

Assim, a UNEP (2005) definiu determinadas diretrizes que visam o desenvolvimento económico sustentável:

Tabela 1 Diretrizes para o desenvolvimento económico sustentável

Compreensão do mercado	<p>A viabilidade dos destinos turísticos e das empresas individuais depende da capacidade de identificar mercados que capazes gerar negócios a longo prazo; importa compreender os interesses dos potenciais consumidores;</p> <p>Para que seja possível a constante adaptação às tendências do mercado é necessária uma contínua pesquisa de mercado.</p>
Satisfação do turista	<p>A viabilidade a longo prazo precisa de visitantes satisfeitos que voltem e que recomendem os destinos. Para que tal seja possível, é necessário oferecer serviços e experiências que atendam e excedam as expectativas.</p> <p>Desta forma é estritamente necessário prestar atenção à relação custo-benefício e à competitividade global do destino;</p> <p>Obter feedback regular dos visitantes;</p> <p>Manter boas condições de negociação: uma série de fatores necessitam de estar em vigor para que a negociação seja realizada com êxito e as empresas de turismo continuem a ser viáveis.</p> <p>A gestão dos recursos humanos apresenta-se também como uma variável fundamental: em muitas partes do mundo o recrutamento de pessoal provou ser um problema considerável para as empresas de turismo, tal pode estar relacionado com políticas afetas à qualidade do emprego. Outro fator fundamental relaciona-se com a importância de existir boa acessibilidade: um acesso razoavelmente rápido e barato aos mercados é frequentemente um fator determinante da viabilidade das empresas de turismo.</p>

Atratividade turística	<p>A viabilidade das empresas individuais é também consideravelmente influenciada pela percepção do destino como um todo pelos visitantes. Três aspetos críticos são: uma imagem positiva e consistente;</p> <p>Segurança, visto que destinos viáveis precisam ser seguros e ser percebidos como tal;</p> <p>Qualidade ambiental global - A atratividade do ambiente natural e cultural num destino e o nível geral de amenidade e manutenção são de fundamental importância para a viabilidade das empresas de turismo.</p>
Suporte empresarial	<p>A viabilidade empresarial pode ser apoiada por políticas sobre serviços empresariais, tais como formação ou aconselhamento em gestão e competências de marketing. É importante que estes sejam adaptados às necessidades. Um requisito particular para a sustentabilidade é evitar uma cultura de dependência da ajuda financeira. Os regimes de financiamento devem ser concebidos para ajudar as empresas e os projetos na autossuficiência.</p>

Fonte: Baseado e adaptado de UNEP & WTO (2005, p. 26-27)

2.5 Integridade ambiental

Neto (2003) mostra que apesar dos benefícios económicos oferecidos pela atividade turística, a rápida expansão da atividade pode ser responsável por impactos negativos quer ambientais, quer socioculturais. O autor mostra que o esgotamento dos recursos naturais e a degradação ambiental associada às atividades turísticas levantam graves problemas a muitas regiões onde o turismo é operado.

Segundo o autor, o facto de uma grande maioria dos turistas manter os seus padrões de consumo relativamente altos pode afetar negativamente países e regiões sem os meios adequados para proteger os seus recursos naturais do turismo de massas. Assim, na perspetiva de Neto, as duas principais áreas de impacto ambiental associado ao turismo relacionam-se com a pressão sobre os recursos naturais e os danos causados aos ecossistemas. O autor acredita ainda que a expansão incontrolada do turismo é suscetível de levar à degradação ambiental, mas também que a degradação ambiental, por sua vez, representa uma séria ameaça para as atividades turísticas.

McKercher (2003) acredita que a sustentabilidade ambiental e ecológica passa essencialmente pelo desenvolvimento compatível com a manutenção dos processos ecológicos essenciais, da diversidade biológica e dos recursos biológicos. Desta forma, o autor afirma que devem ser estabelecidos códigos de prática para o turismo a todos os níveis, devendo desta forma estabelecer-se diretrizes para as operações turísticas com base em avaliações de impacto e monitorização dos impactos cumulativos.

Na perspetiva do autor é ainda fundamental formular políticas e estratégias de desenvolvimento nacionais, regionais e locais de turismo que sejam consistentes com os objetivos gerais de desenvolvimento sustentável, instituir estudos de avaliação de impacto ambiental de base, assegurar que a conceção, o planeamento, o desenvolvimento e a operação das instalações incorporem os princípios da sustentabilidade, assegurar que o turismo em áreas protegidas, como parques nacionais, seja incorporado e sujeito a planos de gestão sólidos e promover comportamentos de turismo responsável.

A UNEP e WTO (2005) afirmam que a sustentabilidade ambiental em contexto turístico passa por manter e melhorar a qualidade das paisagens, tanto urbanas como rurais e evitar a degradação física e visual do ambiente. A publicação sugere ainda que relativamente aos impactos visuais, a maior parte das atenções têm-se debruçado sobre a qualidade das paisagens rurais e à forma como elas são afetadas pelo turismo. No entanto a UNEP e a WTO afirmam que deve haver igual preocupação pela integridade e qualidade estética dos ambientes construídos e naturais nas áreas rurais e urbanas, mostrando assim que a preocupação ambiental deve alargar-se aos meios urbanos.

A estratégia para a manutenção da integridade física passa por, segundo a UNEP & WTO (2005), ter políticas e instrumentos a nível local que influenciem a localização e a natureza do desenvolvimento. Desta forma, os autores sugerem que as entidades devem

focar-se não só na construção de instalações turísticas, como alojamento, mas também a uma vasta gama de infraestruturas associadas.

Sunlu (2003) sugere que um dos pilares principais para se alcançar a sustentabilidade ambiental passa pela melhoria da gestão e do planeamento ambiental. Desta forma, o autor acredita que uma gestão ambiental sólida das instalações turísticas pode ser traduzida em benefícios para as áreas naturais envolventes, desde que exista um planeamento cuidadoso para o desenvolvimento controlado, com base na análise dos recursos naturais da região.

Ainda sob o mote da sustentabilidade ambiental, Sunlu (2003) acredita que o turismo tem a capacidade de aumentar a valorização pública do meio ambiente e, assim, de disseminar a consciência dos problemas ambientais.

Quando o objetivo passa, essencialmente, por manter a integridade ambiental da região turística, as políticas de planeamento e gestão são, efetivamente, imprescindíveis. No entanto, a consciencialização e a alteração de comportamentos prejudiciais para o meio são, também, fundamentais. Assim, Sunlu (2003) crê que a aproximação dos turistas e até dos próprios residentes do ambiente envolvente pode aumentar a consciência do valor da natureza e levar a um comportamento ambientalmente consciente, promovendo inclusive, atividades para preservar o meio ambiente.

Compreende-se, assim, que as políticas de responsabilidade ambiental só fazem sentido quando acompanhadas por comportamentos responsáveis por parte de todos os envolvidos. Desta forma, o turismo deve incorporar os princípios e práticas do consumo sustentável, que passam essencialmente pela procura dos consumidores por produtos cuja produção seja a menos evasiva possível.

Sunlu (2003) acredita que a indústria do turismo pode desempenhar um papel fundamental na prestação de informação ambiental e na sensibilização dos turistas para as consequências ambientais das suas ações. O autor sublinha que quer os turistas quer as empresas associadas ao setor turístico consomem grandes quantidades de bens e serviços. Desta forma, o autor crê que sensibilizar as partes para a utilização dos bens e serviços que são produzidos e fornecidos de uma forma ambientalmente sustentável pode representar um enorme impacto positivo sobre o ambiente do planeta.

2.6 Sustentabilidade sociocultural

“Each time we travel, use local transport at a destination or buy products from a local market, we are contributing to a long value chain that creates jobs, provides livelihoods, empowers local communities, and ultimately brings in new opportunities for a better future. Tourism can only prosper if it engages the local population by contributing to social values such as participation, education and enhanced local governance. At the same time, there can be no real tourism development if such development damages in any way the values and the culture of host communities or if the socio-economic benefits generated by the tourism sector do not trickle down to the community level”.

Taleb Rifai, secretário-geral da Organização Mundial do Turismo, na comunicação proferida no Dia Mundial do Turismo, em 2014, ano dedicado ao tema Turismo e Desenvolvimento nas Comunidades (UNWTO, 2014).

2.6.1 Conceptualização

Jorge (2015) define sustentabilidade social como sendo um processo de “desenvolvimento do homem numa sociedade em que haja efetiva justiça social para todos”. Segundo o autor, sustentabilidade social é, assim, o aspeto da sustentabilidade que engloba os direitos humanos, direitos do trabalho, a coesão social, o bem-estar, a segurança, a acessibilidade, sensibilidades religiosas e culturais e a equidade. Relaciona-se, essencialmente, com um conjunto de ações e medidas que visam a melhoria da qualidade de vida das populações e que permitam a diminuição das desigualdades sociais.

De forma a complementar a ideia acima apresentada e com o intuito de compreender agora o que significa, realmente, a sustentabilidade no domínio cultural, importa referir que Mumford (2006) afirma que cada comunidade desenvolve o seu próprio conjunto de valores que geralmente surgem associados a uma contínua reação com o seu ambiente, seja natural ou artificial. Desta forma, o autor acredita que os valores que controlam a comunidade constituem uma identidade dinâmica distinta que pertence exclusivamente a um determinado ambiente. No entanto, o autor sugere que mudanças súbitas levam a uma perda de orientação e da identidade das comunidades; ou seja, a prática de atividades de desenvolvimento que não respeitam, legitimam ou não são formadas dentro da realidade

contextual de grupos de pessoas não podem ser, na perspetiva de Mumford (2006) consideradas sustentáveis.

Desta forma, a definição de Spaling e Dekker surge totalmente de acordo com o acima descrito: "desenvolvimento cultural sustentável implica um desenvolvimento que é moldado por - e leva em conta seu impacto sobre-as ideias, crenças e valores compartilhados, bem como os padrões intelectuais, morais e estéticos de uma comunidade".

Assim, compreende-se a impossibilidade de desvincular os conceitos de sustentabilidade social e cultural, porque a união dos dois implica a luta constante pela melhoria da qualidade de vida das populações e a ideia de assegurar às mesmas justiça e dignidade social sem, em qualquer momento, tentar interferir na expressão cultural com o intuito de a alterar de forma não natural.

Esta temática associada ao contexto turístico pode levantar questões relevantes, visto que as comunidades recetoras acabam por contactar com realidades diferentes das suas e podem, por isso, não se sentirem respeitadas nos seus próprios locais de residência. Nesta ótica, a UNESCO afirma que a reação das sociedades ao turismo é diversa: algumas rejeitam mudanças, outras envolvem-nas nas suas tradições e outras abandonam as suas raízes culturais. Embora a mudança cultural seja uma parte inevitável e natural da cultura humana, as mudanças súbitas e forçadas que o turismo frequentemente representa pode causar o colapso completo de uma sociedade e consequentemente causar a perda de toda tradição cultural.

2.6.2 Contacto entre turistas e a comunidade local: solucionar confrontos culturais e fortalecer a identidade do destino

Richards e Hall (2003) mostram que durante a sua estadia em determinado destino, os turistas interagem com os moradores locais e o resultado desta relação traduz-se na alteração da qualidade de vida dos indivíduos e da comunidade anfitriã, interferindo direta ou indiretamente nos sistemas de valores, divisão do trabalho, relações familiares, atitudes, padrões comportamentais e até nas expressões criativas. Os autores acreditam que quanto maior for a diferença cultural e económica entre os turistas e os residentes locais, mais óbvias e significativas serão então essas alterações comportamentais.

McKercher (2003) sustenta o acima mencionado, afirmando que a sustentabilidade no domínio social e cultural em contexto turístico prevê a compatibilidade e o fortalecimento da cultura e dos valores das comunidades afetadas. O autor acredita que uma das estratégias fundamentais para alcançar a sustentabilidade passa por educar os turistas sobre os comportamentos desejáveis e aceitáveis nos destinos recetores.

Assim, compreende-se que o turismo é um agente de deslocação de pessoas. Desta forma, os turistas transportam consigo para os lugares de destino os seus hábitos, valores e tradições. O que os autores sugerem passa pelo respeito de ambas as partes, tendo em conta que as tradições e os hábitos culturais divergem de local para local. Aquando de um conhecimento efetivo sobre os comportamentos dos locais, os visitantes devem adaptar os seus comportamentos, de forma a não serem rejeitados pela população local.

As relações entre turistas e residentes podem resultar de uma aprendizagem constante e de uma positiva troca de conhecimentos, no entanto é expectável que haja aceitação de ambas as partes.

A este respeito, a WTO (1998) acredita que o turismo pode estimular o sentido de identidade cultural dos moradores, ao perceber que os visitantes desfrutam do património ambiental, histórico e cultural do local. A organização afirma que os moradores podem, desta forma, desenvolver um sentimento renovado de orgulho na sua herança histórica e cultural quando compreendem que os turistas apreciam esses mesmos locais. Assim, compreende-se que o turismo pode influenciar a revitalização de diversos aspetos do património cultural que doutra forma seriam perdidos pelas forças do desenvolvimento moderno.

Importa aqui mencionar que o código mundial de ética para o turismo (OMT, 1999) prevê esta relação entre turista e comunidade recetora, mostrando que é expectável que exista um respeito e aceitação de ambas as partes:

ARTIGO 1º

Contribuição do turismo para a compreensão e respeito mútuo entre homens e sociedades

1) A compreensão e a promoção dos valores éticos comuns à humanidade, num espírito de tolerância e de respeito pela diversidade das crenças religiosas, filosóficas e morais, são ao mesmo tempo fundamento e consequência de um turismo responsável; os atores do desenvolvimento turístico e os próprios turistas devem ter em conta as tradições ou práticas

sociais e culturais de todos os povos, incluindo as das minorias e populações autóctones, reconhecendo a sua riqueza;

2). As atividades turísticas devem conduzir-se em harmonia com as especificidades e tradições das regiões e países de acolhimento, e observando as suas leis, usos e costumes;

2.6.3 Benefícios económicos: maximização dos lucros em prol da comunidade

Outro aspeto relevante relaciona-se com o desenvolvimento da indústria do turismo que, segundo Richards e Hall (2003) contribui também para significativas alterações na qualidade de vida, estrutura social e organização social dos moradores locais. O desenvolvimento rápido e intensivo do turismo, na perspetiva dos autores, resulta em impactos diferentes e usualmente menos favoráveis do que o desenvolvimento orgânico e em pequena escala.

Nesta lógica, a WTO (1998) defende que o desenvolvimento do turismo deve ser planeado e gerido de forma a que os seus benefícios socioeconómicos se difundam o mais amplamente possível em toda a sociedade do destino turístico. Desta forma, os benefícios serão maximizados e, consequentemente, os moradores apoiarão o turismo se estiverem a receber benefícios da atividade económica.

A UNWTO e UNEP (2005) sugerem, nesta ótica, a utilização dos rendimentos do turismo para apoiar programas sociais, com base no argumento de que os rendimentos do turismo podem ser utilizados para abordar questões sociais e beneficiar indiretamente as pessoas mais desfavorecidas, independentemente de estarem ou não envolvidas no setor. Segundo as organizações, esta medida pode promover a criação de fundos que podem ser direcionados a esquemas sociais e comunitários, como educação, saúde e bem-estar social. Estes fundos monetários podem ser angariados de várias formas: através de impostos ou taxas obrigatórias sobre turistas ou empresas de turismo, da doação voluntária e patrocínio por turistas ou empresas de turismo. (UNWTO e UNEP, Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers, 2005)

Para que se assegurem as diretrizes da sustentabilidade sociocultural é essencial que se compreenda a necessidade de garantir que os benefícios económicos sejam garantidos no local onde os custos são incorridos. Segundo a UNWTO e UNEP (2005), à medida que as comunidades locais têm de enfrentar uma série de custos externos associados ao turismo, é

importante que as políticas busquem maximizar os retornos económicos para a comunidade. Em parte, trata-se de garantir um crescimento turístico confiável, mas simultaneamente de criar processos para maximizar o gasto dos visitantes e desenvolver vínculos na economia local.

Nesta perspetiva, é importante que a indústria do turismo seja capaz de criar postos de trabalho acessíveis e de qualidade aos residentes (McKercher, 2003). Também a UNWTO e UNEP (2005) consideram a empregabilidade como um fator fundamental ao desenvolvimento sustentável. As organizações realçam a importância de se reforçar o número e a qualidade dos postos de trabalho locais criados e apoiados pelo turismo, incluindo o nível de remuneração, condições de serviço e disponibilidade para todos, sem discriminação por género, raça ou deficiência.

Nesta ótica, consideramos citar uma vez mais o código mundial de ética do turismo (OMT, 1999), no sentido em que está previsto, no artigo 5º, alínea 1 o seguinte:

As populações locais estão associadas às atividades turísticas e participam equitativamente nos benefícios económicos, sociais e culturais que geram, e nomeadamente na criação de emprego direto ou indireto que daí resulta;

Apesar da importância dos recursos humanos no turismo e da contribuição do setor para a economia global, os empregos turísticos são frequentemente muito baixos, com condições precárias e pouca segurança de emprego. Isto deve-se, em parte, à fragmentação do setor que se caracteriza por empregos sazonais, a tempo parcial e muitas vezes familiares, mas também à ideia de que os empregos na indústria de serviços são trabalhos não profissionais ou casuais. As melhores condições para os trabalhadores podem levar a um melhor desempenho, maior retenção de recursos e maior eficiência e produtividade. Uma empregabilidade mais positiva pode interferir diretamente na relação com os clientes, podendo assim contribuir para uma maior satisfação com a experiência dos turistas (WTO, 1998).

2.6.4 Promoção da justiça social e da equidade nos destinos recetores

A UNWTO e UNEP (2005), mostram ser essencial a procura constante por uma distribuição generalizada e justa dos benefícios económicos e sociais do turismo em toda a

comunidade recetora, incluindo a melhoria das oportunidades, rendimentos e serviços disponíveis para as comunidades menos favorecidas. As organizações defendem ainda que deve ser dada especial atenção à luta contra a pobreza e a adoções de políticas que visem melhorar as circunstâncias económicas e sociais dos mais desfavorecidos.

Barton e Leonard (2010) defendem que o turismo pode resultar, efetivamente, como veículo para o desenvolvimento sustentável da comunidade, contribuindo para a equidade e para uma maior justiça social. Segundo os autores, tal acontece quando os turistas despertam interesse para aprender sobre a sociedade que visitam e participam em atividades e projetos de desenvolvimento com os residentes da área de acolhimento. Tais ações conduzem a uma maior coesão a uma determinada identidade cultural e têm o poder de transformar a visão de injustiça social dos visitantes, estimulando novas ações que visem a redução das desigualdades.

Com o intuito de proporcionar às comunidades recetoras um ambiente mais justo, UNWTO e UNEP (2005) acreditam ser fundamental o desenvolvimento de oportunidades de obtenção de rendimentos para as pessoas mais desfavorecidas, o acesso a educação e a formação relevantes para os grupos mais fragilizados e a adoção de medidas que envolvam mais e melhor as pessoas mais desfavorecidas no fornecimento de bens e serviços (através do licenciamento e da capacitação do comércio considerado informal e que funciona essencialmente para os turistas). Outra medida considerada relevante pelas organizações foca-se no apoio ao desenvolvimento de pequenas empresas de turismo criadas por ou dentro das comunidades mais frágeis.

Compreende-se, desta forma, que o turismo pode contribuir para a equidade e a justiça aumentando a riqueza, o poder e o prestígio dos grupos marginalizados, sensibilizando e consciencializando os grupos privilegiados (Barton & Leonard, 2010).

2.6.5 Gentrificação e turistificação: fenómenos comprometedores da sustentabilidade sociocultural

O fenómeno da gentrificação pode definir-se como o “processo de valorização imobiliária de uma zona urbana, geralmente acompanhada da deslocação dos residentes com

menor poder económico para outro local e da entrada de residentes com maior poder económico” (Priberam, 2008-2013).

Mendes (2014) mostra que este conceito, o da gentrificação, designa um processo de recomposição social verificado no espaço urbano, associado a ações de reabilitação urbana das habitações nos centros históricos das cidades, mediante investimentos quer públicos quer privados.

Compreende-se, assim, que a gentrificação passou a representar o movimento da chegada de grupos de estatuto socioeconómico mais elevado, geralmente jovens e de classe média, a áreas centrais desvalorizadas da cidade. O efeito é que essas áreas se tornam social, económica e ambientalmente valorizadas, sofrendo um processo de “filtragem” (Mendes, 2014).

Rodrigues (1999) afirma que a gentrificação surge, cada vez mais, associada a novos conceitos de paisagem urbana. Segundo o autor, o fenómeno consiste na divisão dos residentes, trabalhadores, turistas, consumidores e migrantes em dois diferentes grupos: por um lado os profissionais e a “beautiful people”, no outro grupo ficam os “outros”, que o autor define como sendo o setor social com fracos recursos caracterizado pelas desigualdades e exclusão social.

Desta forma, interessa citar de novo Mendes (2014) que considera a gentrificação um processo de mudanças socio espaciais, onde a reabilitação de imóveis residenciais situados em bairros populares ou tradicionais atrai a fixação de novos moradores com capacidades financeiras relativamente elevadas, levando assim ao desalojamento de ex-residentes que acabam por não ter capacidades para pagar o aumento dos custos de habitação que acompanham os processos de reabilitação.

A gentrificação associa-se ao turismo na ótica em que a partir do momento em que a cidade se torna atraente para o crescimento do setor e que se observam investimentos quer públicos quer privados com o intuito de reabilitar os centros urbanos - construção de novos alojamentos turísticos, novos espaços comerciais em prol do consumo turístico – os residentes vêm-se obrigados a abandonar as suas casas pela incapacidade de acompanhar o aumento do custo de vida. Desta forma, como se pode ler nos artigos de Luís Mendes, surge uma espécie de “seleção” social onde os mais desfavorecidos são obrigados a deslocar-se para as periferias. Esta é uma temática já discutida em contexto internacional (nomeadamente Veneza e

Barcelona, como pode ler-se no capítulo anterior), no entanto nos últimos anos o fenómeno tem sido discutido internamente, principalmente no contexto Lisboa e Porto.

Vieira, et al. (2016) consideram devastadoras as alterações da cidade de Lisboa nos últimos anos: “o brutal aumento dos valores da habitação, com especial incidência no centro histórico alargado da cidade de Lisboa. Grande parte dos residentes, sem capacidade económica para enfrentar esta subida, está a ser forçada a deslocar--se para bairros cada vez mais periféricos. As zonas mais centrais da cidade parecem estar a tornar--se morada exclusiva dos mais ricos e de habitantes temporários”.

Também o jornal Expresso (Cruz, 2016) escreveu sobre a temática, mostrando que “encontrar um andar na baixa do Porto está a tornar-se cada vez mais caro e inacessível aos locais. Tal como em Lisboa, são inúmeros os prédios cujos andares passam a estar disponíveis, mas para alojamento temporário de turistas”. No mesmo artigo pode ainda ler-se que “o perigo da gentrificação é real e cada vez mais evidente”. O artigo reflete ainda as possíveis consequências deste fenómeno que parece afastar os residentes dos centros urbanos portugueses: “nenhuma cidade se aguenta apenas como parque de atrações. Nenhuma cidade resiste a um processo de gentrificação. Não há vida comunitária se se negligencia a oferta de casas para alugar a jovens casais no centro da cidade”.

Figura 6 "Encontrar casa é um achado"



(Pereira A. C., 2016)

O jornal Público debruçou-se também sobre o tema com uma reportagem subordinada ao título “Encontrar casa é um achado” (Pereira, 2016). O artigo que retrata as dificuldades atuais para encontrar uma casa para habitação no centro das duas grandes cidades portuguesas mostra que “poucos edifícios requalificados são direcionados para habitação permanente. Multiplicaram-se *hostels*, comércio *fast food* ou *franchising* e comércio com apelo “*gourmet*” ou “*artesanal*”. No site do Registo Nacional de Alojamento Local, existem 34.038 imóveis destinados a esse fim — 6233 no concelho de Lisboa e 2224 no concelho do Porto. Os números aumentam várias centenas de mês para mês. Muitos estão disponíveis para arrendamento de curta duração através de plataformas internacionais de reserva como o *Airbnb*, o *Wimdu* ou o *9Flats*”.

Compreende-se assim que a valorização dos centros históricos (de Lisboa e do Porto) impulsionada pela reabilitação urbana e pelos crescentes números do turismo fazem desses mesmos locais inabitáveis para portugueses de classe média. Percebe-se a iminente deslocação dos residentes para a periferia e observa-se à criação de cidades turísticas.

Associada à gentrificação surge a turistificação que com base no dicionário Priberam se trata do “ato ou efeito de turistificar ou de tornar turístico”.

A turistificação acontece com a chegada de turistas em grande número e com o abandono das cidades pelos residentes. A turistificação surge quando o destino turístico não passa disso mesmo – turístico. Em questão está a perda da autenticidade dos locais turísticos.

Em 2016 foi divulgado um documentário que foca a turistificação de Lisboa (Left Hand Rotation, 2016). “*Terramotourism*” retrata a cidade lisboeta congestionada de *Tuk Tuks*. Os autores fazem um paralelismo ao terramoto de 1755 e afirmam que “Lisboa hoje treme novamente, abalada por um sismo turístico que transforma a cidade a velocidade de cruzeiro. O seu impacto desloca o morador do centro da cidade”.

Figura 7 Entrevista de Doug Lansky ao jornal Expresso.



(Lansky, 2017)

Compreende-se, desta feita, que os termos gentrificação e turistificação são indissociáveis. Em destinos turísticos um fenómeno conduz ao outro que, por sua vez, conduzem paulatinamente a uma perda de identidade e que fazem amplificar os problemas socioculturais dos lugares.

Doug Lansky, norte-americano que já conheceu mais de cem países e escreveu vários artigos e guias de viagens, em entrevista ao jornal Expresso (Lansky, 2017) afirma, face ao rápido desenvolvimento do turismo mundial que “Estes locais estão cada vez mais iguais a Veneza e a tornarem-se uma cidade sem alma. A verdadeira alma de uma cidade, o que a torna autêntica são as pessoas e o seu ritmo natural. Quando se metem demasiados visitantes lá dentro vai-se perder essa autenticidade”.

Figura 8 Entrevista de Doug Lansky ao Observador



(Lansky, 2017)

O norte-americano, autor de dez livros sobre turismo, foi também entrevistado pelo jornal O Observador (Lansky, 2017) onde defende que o turismo está a beneficiar apenas as grandes empresas internacionais em detrimento dos pequenos negócios locais, afirma que “Um dia o centro de Lisboa será igual ao centro de Londres, ao centro de Estocolmo, ao centro de Amesterdão, ao centro de Nova Iorque, porque estas multinacionais que por aqui vão despontando são iguais em todo o lado e a beleza ou a diversidade dos edifícios originais não vai chegar para distinguir estas ruas de outras em outras capitais igualmente antigas”.

Compreende-se então que o turismo descontrolado, além dos impactos causados às populações residentes, tende a “matar” a autenticidade e a alma dos destinos. Tentar colmatar estas problemáticas é, simultaneamente, tentar evoluir para a sustentabilidade sociocultural em destinos turísticos.

2.7 Desafios e tendências do turismo sustentável

Se há verdade irrefutável sobre a indústria do turismo é que quer as empresas turísticas quer os próprios turistas estão a partilhar recursos socioculturais e físicos com as comunidades recetoras. Telfer e Hashimoto (2006) sugerem que esses recursos representam

de alguma forma valor económico para todas as partes envolvidas, pelo que acreditam que uma gestão cuidadosa é fundamental para garantir a qualidade e a quantidade desses mesmos recursos no presente, mas essencialmente no futuro.

Desta forma, os autores afirmam que as questões associadas à gestão deixaram de ser consideradas simples, mostrando que o futuro passa por um método universal de gestão de recursos que encoraje o respeito ao multiculturalismo, fazendo assim face aos impactos ambientais e socioculturais associados ao turismo.

Miller e Twining-Ward (2006) acreditam que a definição concreta de indicadores de sustentabilidade em contexto turístico e a sua monitorização são fundamentais para a construção efetiva de modelos sustentáveis, no entanto os autores mostram que embora alguns pequenos passos tenham sido tomados na direção certa, a pesquisa sobre indicadores de turismo sustentável é ainda muito restrita. Os autores afirmam que os projetos de monitorização que estão em vigor ainda estão em processo de desenvolvimento e poucos dispõem de dados suficientes para identificar tendências ao longo do tempo.

Miller e Twining-Ward (2006) mostram, desta forma, que os indicadores fornecem informações que podem permitir melhorar a tomada de decisões, ajudar a desenvolver e priorizar os planos de ação e melhorar o nível geral de consciencialização e compreensão das questões do turismo sustentável. Segundo os autores, os casos onde a monitorização se tem apresentado como um instrumento mais eficaz é quando existe consenso entre as comunidades, ONGs, autoridades de turismo e empresas do setor privado para fornecer uma abordagem mais informada, coordenada e multifacetada à sustentabilidade.

Assim, compreende-se que um dos grandes desafios da sustentabilidade turística passa por desenvolver indicadores e monitorizá-los, mas essencialmente importa mantê-los ao longo dos tempos e adaptá-los às evoluções das necessidades quer dos locais, quer dos consumidores.

Começam a surgir medidas que visam o controlo de turistas em determinados destinos e pode prever-se que a adoção de políticas que controlem o número de turistas em determinadas atrações se popularize num futuro próximo. O caso de Barcelona foi o que mais suscitou discussão nos últimos meses – talvez pelo nível de proximidade. O certo é que, tal como prometido em época de campanha eleitoral, o Governo de Coligação de Barcelona aprovou no final de janeiro do corrente ano (2017) a nova lei da habitação. O novo plano

urbanístico limita a criação de novos hotéis e alojamentos turísticos no epicentro de Barcelona e centrifugará às zonas periféricas da cidade catalã as novas licenças.

Em maio de 2016 várias foram as publicações que davam conta do “encerramento” de uma das ilhas tailandesas. Segundo o Observador (Silva, 2016) “A ilha de Koh Tachai, na Tailândia, será fechada em definitivo, porque os seus recursos naturais e o ambiente estão a ser fortemente prejudicados pelo turismo de massas. As autoridades tailandesas não se ficarão por aí e vão fechar quase todos os parques nacionais que dão para a costa do país, entre maio e meados de outubro, para protegê-los contra a maré sem fim de turistas que assola aquele país”. O artigo mostra ainda que os especialistas locais consideram que a ilha pode suportar cerca de 70 pessoas, no entanto registaram-se várias vezes mais de mil turistas no local.

À data da publicação citada foram publicados artigos internacionais com a mesma informação, no entanto não existe informação mais recente a confirmar o total encerramento da ilha.

Também em Itália a limitação de turistas começou a tornar-se uma realidade com a degradação das cinco aldeias piscatórias que são Património Imaterial da Humanidade. Em Cinque terre, como descreve o jornal Público (Santos, 2016) com o intuito de suster a “invasão turística” e defender a sua sustentabilidade há um preço de entrada para visitar as aldeias e um número máximo de visitantes de um milhão e meio.

Figura 9 "numerus clausus para turistas em cinque terre"



(Santos, 2016)

Mais recentemente surgiu uma notícia que revela que o governo da Islândia começa a estudar a possibilidade de implementar um imposto com o intuito de travar o turismo no país.

Figura 10 Islândia pretende aplicar imposto turístico



(Pinheiro, 2017)

O *website* informativo Dinheiro Vivo mostra que o país nórdico quintuplicou o número de chegadas turísticas em apenas uma década (Pinheiro, 2017). Desta forma e com base na mesma fonte, constata-se que o governo tem em vista duas opções: por um lado, aumentar os impostos aplicados ao setor. Por outro, bloquear por completo o acesso aos espaços mais populares do país.

Estes não são casos únicos de medidas que visam a diminuição e controlo do fluxo turístico com o intuito de assegurar a sustentabilidade dos destinos. Compreende-se que num futuro próximo os governos e outros países se sirvam destes exemplos e adotem medidas semelhantes que visem garantir o bem-estar dos seus espaços naturais e culturais bem como o bem-estar das comunidades recetoras.

Se é verdade que as políticas de sustentabilidade no âmbito do turismo são cada vez mais estudadas e abordadas também é verdade que tal só acontece porque a perspetiva do consumidor tem-se alterando com o passar dos anos.

Uma maior consciencialização tem conduzido a transformações na indústria hoteleira que tem percebido que o cliente procura experiências mais sustentáveis, que respeitem o meio envolvente.

Bricker (2012) afirma que a “*green travel*” é uma tendência que veio para ficar: segundo o autor, há já uma grande percentagem de turistas que viajam com o intuito de observar cavernas arqueológicas, parques naturais e de vida selvagem e culturas e comunidades diferentes.

O mesmo autor faz referência a vários estudos, mostrando que num inquérito feito em 2011 aos leitores da *Conde Nast Traveler*, 93% dos inquiridos consideraram que as empresas de viagens devem ser responsáveis pela proteção do ambiente e 50% dos leitores afirmaram que a escolha do hotel é influenciada pelo apoio que a empresa hoteleira dá à comunidade local onde se insere.

Bricker (2012) faz ainda referência a um inquérito organizado pela *Trip Advisor* em 2012 onde 71% dos inquiridos afirmaram ter a intenção de fazer escolhas *eco-friendly* no ano seguinte e que 65% afirmou ter optado por destinos mais amigos do ambiente nos últimos 12 meses.

Dwyer, Edwards, Mistilis, Roman, & Scott (2009) defendem a ideia de que o novo consumidor turístico é efetivamente mais consciente e responsável. Os autores acreditam que os turistas, particularmente oriundos de países desenvolvidos, apresentam-se cada vez mais com preocupações ambientais e sociais sendo assim mais conscienciosos relativamente aos impactos das atividades turísticas nos destinos recetores.

Abordando ainda a perspetiva do consumidor como condutor fundamental à alteração do paradigma do setor turístico, Cohen S. (2010) afirma que desde a década de 1970 que “escapar” das pressões do dia-a-dia com a finalidade de procurar experienciar algo mais autêntico é um motor essencial da motivação turística. O autor acredita que a procura pelo escape, a necessidade de lidar com a autenticidade e a identidade são argumentos que caracterizam cada vez mais as motivações do consumidor turístico.

Desta forma, compreendendo o que motiva o turista a viajar, nota-se que existe uma forte inclinação para o “declínio” do turismo de massas, abrindo assim as portas para a

afirmação de novos e alternativos conceitos de turismo (já existentes, como o ecoturismo, o turismo de base comunitária ou o turismo de voluntariado). Se a tendência se mantiver, o futuro poderá passar pelo controlo dos impactos turísticos (negativos) e pela generalização de medidas que visem a sustentabilidade dos destinos, com o intuito de responder às novas e fundamentais necessidades do mercado.

De acordo com esta perspetiva e partindo da base de pensamento de que são os consumidores que constroem as novas tendências, Cecilia, Elisabeta, & Magdalena (2011) confirmam o mencionado por Bricker (2012), mostrando que os “novos turistas” são, efetivamente ambientalmente sensíveis e caracterizam-se, também, por demonstrarem respeito pelas culturas e tradições das comunidades recetoras. As autoras mostram ainda que estes “novos” turistas são elementos ativos, participam nas experiências e deixam de ser meros espetadores – como acontece com o turista de massas que, por sua vez, não pretende manter contacto com os locais ou sequer experienciar as atividades dos mesmos.

Tabela 2 Turista do passado versus turista do futuro

“Old tourist”	“New tourist”
Procura por destinos de sol	Procura novas experiências
Segue as massas	Procura ser responsável
Olha para o destino como mero espaço de fruição dos seus interesses durante um curto espaço de tempo	Observa e aproveita o destino, mas procura não destruir os recursos
Demonstra superioridade	Demonstra compreensão
Procura atrações	Gosto por desportos
É cauteloso	É aventureiro
Faz as suas refeições nos hotéis	Procura conhecer a gastronomia local

Fonte: Adaptado de Cecilia, Elisabeta, & Magdalena (2011) com base em Tourism, Technology and Competitive Strategies, Auliana Poon

Os dados acima apresentados tornam claro que as prioridades dos consumidores turísticos se têm alterado com o passar dos tempos. Dwyer, Edwards, Mistilis, Roman e Scott (2009) confirmam o acima apresentado afirmando que o novo turista procura uma vasta variedade de experiências. Os autores sustentam a afirmação com base na economia das experiências mostrando, assim que o novo consumidor procura cada vez mais serviços personalizados que lhes permita uma participação mais ativa nas experiências.

Desta forma prevê-se que a indústria acompanhe as necessidades e expectativas dos turistas, conduzindo assim a novas políticas de desenvolvimento por parte das entidades locais e nacionais.

A procura por destinos que respeitem o meio envolvente, que permitam ao cliente experienciar as tradições e as culturas locais, a crescente vontade de encontrar destinos autênticos e providos de autenticidade podem de facto influenciar os agentes políticos e empresariais de forma a conduzir a uma maior monitorização e consequente controlo dos impactos, conferindo uma certa esperança aos destinos e permitindo que os mesmos possam crescer sem que para isso seja necessário desalojar os residentes, comprometer os recursos naturais ou sobrecarregar as atrações de forma desmedida. Tão importante como isto é avaliar se conceitos como *“eco-friendly”* não passam a ser meros rótulos de intenção comercial: ou seja, é necessário que haja um controlo efetivo para que as empresas turísticas não se adaptem às necessidades do mercado de forma fictícia, com o intuito de garantir a sua viabilidade económica.

2.8 Conclusão

Compreende-se que falar em destinos sustentáveis surge, nos tempos de hoje, como uma forma de posicionamento social que, por vezes, se sobrepõe ao real significado da sustentabilidade e de tudo o que este conceito implica.

Conforme apresentamos neste capítulo, nota-se que há autores que admitem que muitas empresas turísticas utilizam falsamente os rótulos associados à sustentabilidade com o mero intuito de captar novos clientes, provocando aos consumidores uma falsa sensação de *“consciência tranquila”*.

Como vimos, a solução passa essencialmente pela regulação e sobretudo pela educação do consumidor para que este adquira a sensibilidade de compreender e sobretudo de adotar comportamentos que visem efetivamente a sustentabilidade do destino escolhido.

A verdade é que, tal como vimos, o turista dos dias de hoje e do futuro são mais informados e procuram vivenciar experiências que incluam o contacto direto com a realidade das comunidades residentes, no entanto acreditamos que ainda falte a sensibilidade por parte do consumidor para compreender quais os comportamentos desejáveis em cada um dos destinos, visto que para adquirir essa informação será necessário algum estudo sobre a cultura, a história e a sociedade dos locais.

No decorrer do capítulo que aqui encerramos, abordamos os temas da gentrificação e da turistificação que concluímos serem questões que comprometem a sustentabilidade das comunidades recetoras. Compreendemos que o espaço urbano, quando em contexto turístico, corre riscos iminentes de ver os seus residentes forçados a abandonar os centros das cidades, os pequenos estabelecimentos comerciais acabam por encerrar, todos os serviços acabam por ser direcionados para o turista, despromovendo assim o residente e os seus interesses. Vimos ainda que a população acaba por sentir que os espaços públicos da cidade já não lhes pertence. Este fenómeno acaba por descaracterizar a cidade que, quando direcionada única e exclusivamente para a atividade turística perde a sua alma, a sua autenticidade, perdendo consequentemente um fator de atratividade turística, afastando os próprios turistas.

3 – Turismo comunitário

Turismo comunitário: uma possível resposta para os desafios da sustentabilidade sociocultural em contexto turístico

3.1 Introdução ao capítulo

Muito embora o turismo tenha benefícios inegáveis que já fomos expondo nos capítulos anteriores, torna-se cada vez mais recorrente encontrar na literatura argumentos assertivos relativos aos impactos sociais e culturais negativos associados à atividade em questão. Ao longo dos anos foram surgindo novos mercados e novas tendências que se apresentaram como alternativas ao turismo de massas e estas modalidades foram sempre tendo por base a sustentabilidade e a inclusão social.

Decidimos aqui apresentar uma dessas modalidades, aquela que consideramos a mais apropriada e até a mais original: o turismo comunitário é possível ser implementado em diversos contextos e a sua aplicação pode efetuar-se de maneiras diversas. Na verdade, a base do turismo comunitário pressupõe a inclusão da comunidade e o seu envolvimento no desenvolvimento do turismo, de forma a garantir a felicidade e bem-estar dos moradores que não devem, em momento algum, serem prejudicados pelo desenvolvimento de qualquer atividade económica.

Nas próximas linhas vamos mostrar, com base nos autores, qual a verdadeira essência desta tipologia turística e quais as vantagens que apresenta face ao turismo considerado “convencional”.

3.2 Conceptualização

Choi e Sirakaya (2006) acreditam que o crescimento não planeado do turismo tem vindo a prejudicar o ambiente natural e até mesmo sociocultural de muitos destinos considerados turísticos. Os autores mostram que os efeitos indesejados da atividade turística aceleraram a preocupação e a consciencialização para questões associadas à conservação e

preservação dos recursos naturais, sociais e culturais, bem como à viabilidade e sustentabilidade das comunidades a longo prazo.

À medida que os “*decision makers*” ganharam maior consciência das desvantagens do turismo de massa, houve uma crescente procura por opções de planeamento, gestão e desenvolvimento de turismo alternativo. Como resultado, a noção de desenvolvimento sustentável (sustentabilidade) surgiu como uma alternativa ao tradicional modelo neoclássico de desenvolvimento económico (Choi & Sirakaya, 2006). Desta forma, foram surgindo vários modelos alternativos ao turismo de massas que tentam colmatar as falhas e diminuir os impactos negativos do modelo turístico mais convencional.

É neste seguimento que surge o turismo comunitário, também conhecido por turismo de base comunitária que visa criar uma indústria do turismo mais sustentável (pelo menos discursivamente), focando-se essencialmente nas comunidades recetoras (Salazar, 2012).

A WWF (2001) define turismo comunitário como uma prática turística onde a comunidade local exerce controlo e se envolve na gestão e no desenvolvimento do turismo, acrescentando ainda que nesta forma de turismo os benefícios da atividade permanecem na comunidade. A organização não governamental acrescenta ainda que o turismo de base comunitária deve promover a utilização sustentável dos recursos e a responsabilidade coletiva.

O turismo de base comunitária, portanto, tende a ser aquele tipo de turismo que visa a coesão e o laço social e o sentido coletivo de vida em sociedade e que por esta via promove a qualidade de vida, o sentido de inclusão, a valorização da cultura local e o sentimento de pertença. Este tipo de turismo representa a interpretação local do turismo, frente às projeções da procura, “tendo como pano de fundo a dinâmica do mundo globalizado, mas não as imposições da globalização” (Bartholo, Sansolo, & Bursztyn, 2009).

Assim, prevê-se que os projetos de turismo comunitário oferecem benefícios coletivos, nomeadamente através de contribuições para o desenvolvimento de ativos comunitários como escolas ou postos de saúde, contribuindo ainda para a criação de postos de trabalho. Sinteticamente pode então compreender-se que o primeiro objetivo do turismo comunitário passa por proporcionar maiores benefícios às comunidades recetoras (Goodwin & Santilli, 2009).

3.3 Envolvimento e participação da comunidade

Compreende-se que envolver a comunidade é um aspeto fundamental para que o turismo de base comunitária seja bem-sucedido. A WWF (2001) acredita que as oportunidades, desafios e soluções variam consideravelmente consoante as comunidades em questão. Segundo a organização, um importante princípio passa por procurar trabalhar com as estruturas sociais e comunitárias existentes nos locais, envolvendo ao máximo a comunidade local nos negócios turísticos, permitindo que os residentes se sintam parte ativa da atividade.

Bartholo, Sansolo e Bursztyn (2009) após o estudo de caso do Equador, mostram que o envolvimento e a participação da comunidade em projetos turísticos podem acontecer de diferentes formas:

Tabela 3 As várias formas de envolvimento da comunidade no projeto turístico.

<p>Autogestão do negócio turístico</p>	<p>Uma comunidade decide por iniciativa própria criar um negócio turístico mobilizando os seus recursos patrimoniais naturais, culturais e humanos. Esta forma de autogestão implica a participação dos seus membros em todas as fases da operação turística: planeamento, prestação de serviços ao viajante, promoção e venda do produto e gestão. Isto não exclui a contribuição de atores externos, como ONG, instituições académicas, governo central ou local e cooperação internacional, que orientam os seus recursos na formação de profissionais, complementar investimentos nas infraestruturas e equipamentos, reforço na promoção e comercialização do destino comunitário.</p>
<p>Parceria de negócios com uma empresa privada</p>	<p>Um investidor e a comunidade assinam um contrato, legalmente aprovado, sob forma de uma parceria de negócios. Cada sócio contribui com uma parcela de bens de capital social, tais como territórios, conhecimentos coletivos, capital financeiro, competências técnicas e experiência empresarial. A comunidade tem o direito aos lucros variáveis e, além disso, recebe uma percentagem fixa dos lucros, mensal ou anualmente. A participação da comunidade na gestão do negócio é progressiva, podendo alcançar cargos administrativos. No final de um período determinado, geralmente entre 10 e 15 anos, a comunidade torna-se</p>

	<p>proprietária do investimento e, também, está livre da renovação do acordo com seu parceiro, de separar-se do parceiro e de assinar contrato com outro.</p>
<p>Parceria comercial com operadoras de turismo</p>	<p>Uma operadora de turismo ou uma agência de viagens faz acordo com uma comunidade de enviar turistas, com a obrigação de prestar atendimento durante poucas horas ou cuidar da estadia durante alguns dias na comunidade. Esta, por sua vez, recebe uma comissão por turista e recebe também pagamento pelos serviços prestados.</p> <p>A operadora controla a promoção e a comercialização do produto e, conseqüentemente. Para que a comunidade alcance os padrões de qualidade exigidos pela operadora de turismo, esta prevê o suporte de diversas formas: formação, assessoria, empréstimos para investimentos nas infraestruturas e equipamentos, organização de eventos culturais, etc.</p>
<p>Concessão de recursos comunitários em usufruto</p>	<p>Nesta situação, prevê-se que uma operadora privada solicite a uma comunidade o uso e o desfrute temporário dos recursos naturais do seu território e alguns serviços culturais.</p> <p>A título de compensação pela concessão comunitária para garantir a operação turística a empresa privada compromete-se a assumir algumas obrigações, tais como a prestação de trabalho temporário à comunidade e o investimento em infraestruturas.</p>

Trabalho assalariado	Uma empresa privada instala-se ou realiza atividades turísticas na área territorial de uma comunidade. Algumas famílias da região participam a título pessoal na operação turística fornecendo mão-de-obra assalariada e temporária para desempenhar atividades fora da comunidade. Estas atividades podem ser na cozinha, limpeza, motoristas ou até mesmo guias turísticos.
----------------------	---

Fonte: Bartholo, Sansolo, e Bursztyn (2009)

Araújo e Gelbcke (2008) acreditam que diante da crise socioambiental e da massificação do turismo a nível mundial, o turismo comunitário surge como uma alternativa ao turismo de massas, representando uma estratégia de desenvolvimento para grupos com menores condições de ingressarem de maneira autónoma na cadeia produtiva do turismo. É uma modalidade de turismo que, segundo a perspectiva dos autores, prioriza o lugar, a conservação ambiental e a identidade cultural.

O turismo comunitário visa, mais do que ser uma atividade produtiva, ressaltar o papel fundamental da ética e da cooperação nas relações sociais, valorizando os recursos específicos de um território e procura estabelecer relações de comunicação e informação com agentes externos, entre eles e os visitantes. Assim, os princípios do turismo comunitário centram-se na preservação, valorização e indução de tradições e relações sociais solidárias, na criação de postos trabalho e lucros com base na produção associativista e na utilização apropriada dos recursos naturais e das capacidades humanas locais (Araújo e Gelbcke, 2008).

3.4 O perfil do turista alternativo

Falar de turismo comunitário ou outra qualquer modalidade de turismo que se diferencie do turismo convencional, pressupõe a compreensão do mercado. A verdade é que o turismo de base comunitária surge num momento em que a procura turística se apresenta cada vez mais ansiosa por novas experiências, tentando compreender as realidades dos

destinos e, mais importante, procurando sentir a essência dos lugares e das comunidades locais. Nesta ótica, Grimm e SAMPAIO (2011) acreditam que o turista da atualidade “seleciona mais e melhor os seus destinos e a forma de viajar, valorizam os aspetos espirituais e ecológicos da viagem; buscam o real e o natural nos destinos, não o meio alterado; têm mais tempo livre e são mais flexíveis; as atividades turísticas formam parte das necessidades fundamentais e da qualidade de vida; dedicam mais tempo às atividades turísticas; são mais jovens e ao mesmo tempo a expectativa e qualidade de vida fazem com que se amplie o segmento da população da terceira idade; para eles as férias são menos planeadas; procuram independência fazendo um tipo de viagem distinto do modelo praticado pelas massas, planeando e organizando as suas viagens e atividades turísticas”.

Compreende-se que o turista procura, agora, destinos que combinam a autenticidade e a profundidade do intercâmbio intercultural e a harmonia com a natureza (Bartholo, Sansolo e Bursztyn, 2009).

Nesta ótica, importa pensar o perfil do turista para projetos turísticos comunitários. Acima mencionamos que a procura turística tem-se alterado com o passar dos anos, mas é relevante afirmar que este turista esperado neste contexto turístico não se ilustra pelo perfil convencional do turismo de massas, uma vez que nestas circunstâncias, o cliente é também protagonista, o que implica como condição para que o processo aconteça, a sua permeabilidade à diferença e uma postura ativa em busca do conhecimento da realidade local (Bartholo, Sansolo e Bursztyn, 2009).

Apresentadas as conceptualizações daquilo que é ou daquilo que se prevê que seja o turismo de base comunitária, compreende-se que esta é uma modalidade capaz de eliminar vários dos impactos negativos do turismo anteriormente apresentados, principalmente no que às questões socioculturais respeita.

3.5 Turismo como condutor da erradicação da pobreza

A atividade turística em muitos países, quer em desenvolvimento, quer os menos desenvolvidos, representa, segundo a UNWTO e SNV (2010) a opção de desenvolvimento económico mais viável e até mais sustentável. Segundo a Organização Mundial de Turismo (UNWTO e SNV, 2010) parte dos lucros da atividade turística beneficia os grupos mais pobres da sociedade através do emprego nas empresas de turismo, dos bens e serviços prestados ao turista ou através do funcionamento de pequenas empresas comunitárias.

Nesta ótica, a Organização Mundial de Turismo estabeleceu dez princípios que conduzem à aliviação da pobreza através do turismo:

Tabela 4 Os 10 princípios da OMT que visam a erradicação da pobreza.

1. Todos os tipos de turismo podem e devem estar preocupados com o alívio da pobreza;
2. Todos os governos devem incluir o alívio da pobreza como um dos principais objetivos do desenvolvimento do turismo e considerar o turismo como uma possível ferramenta para reduzir a pobreza;
3. A competitividade e o sucesso económico das empresas e destinos turísticos são fundamentais para o alívio da pobreza - sem isso, os pobres não podem ser beneficiados;
4. Todas as empresas de turismo devem estar preocupadas com o impacto das suas atividades nas comunidades locais e procurar beneficiar os pobres através das suas ações;
5. Os destinos turísticos devem ser geridos tendo o alívio da pobreza como um objetivo central, estando este objetivo incorporado em estratégias e planos de ação;
6. É necessária uma compreensão sólida de como funciona o turismo em cada um dos destinos, incluindo a compreensão de como funciona a distribuição dos lucros do turismo e quem deles beneficia;
7. O planeamento e o desenvolvimento do turismo em destinos devem envolver uma ampla gama de interesses, incluindo participação e a representação das comunidades mais pobres;
8. Todos os potenciais impactos do turismo sobre a sustentabilidade das comunidades locais devem ser considerados, incluindo os impactos locais e globais atuais e futuros sobre os recursos naturais e culturais;
9. Deve ser dada atenção à viabilidade de todos os projetos envolvendo os pobres, garantindo o acesso aos mercados e maximizando as oportunidades de vínculos benéficos com as empresas;
10. Os impactos do turismo sobre o alívio da pobreza devem ser efetivamente monitorados.

Fonte: adaptado e traduzido livremente de UNWTO & SNV (2010).

Em contrapartida, autores mostram que estes princípios não estão a ser, de forma alguma, respeitados. A organização não governamental UNCSD (1999) afirma que o turismo está associado, de diversas formas, à violação dos direitos humanos, nomeadamente devido ao aumento da criminalidade, da prostituição, do abuso de álcool e drogas e do trabalho infantil que, segundo os autores, é comum na indústria do turismo, particularmente no setor informal.

Os mesmos autores acusam ainda a indústria do turismo de concentrar os serviços e respetivos lucros em restritas corporações internacionais que pertencem, maioritariamente a estrangeiros. Segundo os autores, estes investidores estrangeiros centram os lucros da atividade turística nos seus países de origem, preferindo até contratar mão de obra desses mesmos países devido à não qualificação da comunidade local. Desta forma, a organização não governamental afirma que os efeitos e impactos multiplicadores do turismo são menos significativos do que é frequentemente assumido.

Coriolano (2005) escreve sobre os fenómenos de exclusão e inclusão social em contexto turístico, mostrando que o turismo de massas acaba por conferir maior ênfase às desigualdades. Nessa ótica, a autora acredita que o turismo de base comunitária surge como possível resposta aos fenómenos estudados. O turismo de base comunitária é voltado para os interesses dos residentes, dos pequenos empreendimentos e da valorização da identidade do lugar sendo conduzido por pequenos grupos alternativos que criam e vendem novos produtos turísticos, novos possíveis roteiros, organizando a procura turística por pequenos nichos que se afastam dos interesses das massas.

3.6 Oportunidades, desafios e barreiras do turismo comunitário

Compreende-se através da literatura, que tal como acontece no momento de definir turismo sustentável e de o colocar em prática, o turismo de base comunitária pode apresentar falhas graves no momento de implementação. Nesta perspetiva, Blackstock (2005) mostra que a literatura referente a esta modalidade alternativa de turismo tende a ter uma abordagem funcional ao envolvimento da comunidade, trata a comunidade de acolhimento como um bloco homogêneo e negligencia as restrições estruturais ao controlo local da indústria do turismo.

Vajirakachorn (2011) confirma o acima mencionado, afirmando que existe, de facto, uma lacuna substancial entre a prática do turismo comunitário e as diretrizes ou princípios que fazem da modalidade bem-sucedida. A questão crucial, levantada pelo autor e que consideramos totalmente pertinente, é como se deve, então, planejar um bom desenvolvimento do turismo de base comunitária de forma a este ser capaz de sustentar a comunidade local? Existem, de facto, várias publicações que dão conta da implementação de projetos deste âmbito, mas Vajirakachorn (2011) acusa estes estudos de não serem capazes de esclarecer o que foi feito exatamente para se atingir o sucesso. No entanto, após rígida leitura do livro “Turismo de Base Comunitária” (Bartholo, Sansolo, & Bursztyn, 2009) pode compreender-se alguns programas desta modalidade alternativa de turismo e compreender quais os métodos de planeamento e gestão utilizados em cada comunidade.

Assim, para que se melhor possa compreender quais os benefícios e os obstáculos da implementação do turismo comunitário, apresentamos uma tabela baseada nos autores Boronyak, Asker, Carrard e Paddon (2010).

Tabela 5 Pontos fortes e pontos fracos da implementação do turismo comunitário

Condições favoráveis à implementação do turismo comunitário	Obstáculos à implementação de projetos de turismo comunitário
Quando a comunidade está organizada e coesa.	A comunidade encontra-se desorganizada e fragmentada.
Quando os membros da comunidade estão amplamente envolvidos nos processos de tomada de decisão e gestão financeira em torno do projeto turístico.	A tomada de decisões é somente da responsabilidade de indivíduos “poderosos” e os benefícios não são distribuídos equitativamente pela comunidade.
A propriedade da terra e outras questões associadas a "recursos" são claras e bem definidas.	Disputas recorrentes de terras e recursos.
A decisão para a implementação e gestão do turismo comunitário é tomada pela comunidade com base na escolha informada, no impacto, nas opções, no risco e nos resultados.	Não existe uma verdadeira tomada de decisão local ou é baseada em informações limitadas e sem consideração de opções por parte da generalidade da comunidade envolvida.
Adoção de métodos de planificação que limitem o número de visitantes em equilíbrio com a capacidade de carga da comunidade e do ambiente para evitar possíveis efeitos adversos no futuro.	Quando a comunidade compreende que a atividade turística gera lucros e por isso deixa de respeitar a capacidade de carga do local, comprometendo assim o projeto em questão.
Preocupação com a educação dos visitantes sobre o valor da cultura e dos recursos presentes.	Nenhuma tentativa de informar os visitantes sobre a natureza específica do património natural e cultural local.
Forte parceria com ONG locais, órgãos governamentais relevantes.	Estabelecido através de mecanismos externos de financiamento.

Fonte: Traduzido e adaptado de Boronyak, Asker, Carrard e Paddon (2010)

De qualquer forma, compreende-se que é fundamental compreender as bases da comunidade para que se possa tentar implementar quaisquer projetos de turismo de base comunitária. Os benefícios, na teoria, mostram ser capazes de colmatar as grandes falhas do turismo, no entanto e visto que o objetivo passa por fornecer mais e melhores condições às comunidades locais, importa compreendê-las e respeitá-las, tentando adaptar os modelos aos vários casos e às vastas realidades.

A literatura apresenta vários desafios à implementação bem-sucedida de projetos de turismo comunitário e as dificuldades surgem, claramente. Se é verdade que a globalização e a democratização do turismo oferecem um estímulo às comunidades, também é verdade que exerce fortes pressões que dificilmente podem ser encaradas por pequenos negócios que funcionem isolados das grandes empresas (Bartholo, Sansolo e Bursztyn, 2009). Bartholo, Sansolo e Bursztyn (2009) mostram que a maioria das comunidades enfrenta o mercado com graves restrições por permanecerem excluídas das instituições governamentais. Os autores admitem ainda que estas comunidades enfrentam climas de instabilidade e fraca competitividade nos seus negócios, principalmente devido à deficiente educação, formação profissional e até às fracas infraestruturas rodoviárias.

Conclui-se que a prática de modelos de turismo comunitário pressupõe a compreensão da comunidade e pressupõe, essencialmente, a predisposição desta comunidade em envolver-se na realidade turística, visto não ser possível imaginar uma iniciativa de turismo de base comunitária resultante de uma decisão externa, de uma intervenção exógena à realidade e aos modos de vida locais (Bartholo, Sansolo e Bursztyn, 2009).

Nota-se ainda, após análise da literatura, que é nos países em vias de desenvolvimento que se constata mais projetos neste âmbito, essencialmente em meios rurais. No entanto, ressaltamos a importância de compreender as comunidades e de adaptar às mesmas as medidas a implementar.

Se devidamente adaptados os modelos, compreende-se ser possível incluir as comunidades nos projetos turísticos, mesmo que em contexto urbano. Consideramos que o turismo de base comunitária pode surgir como a base para um planeamento que defenda a criação de sinergias em contexto urbano, onde se incentivem ligações comerciais entre unidades de alojamento, cafés, restaurantes e outros espaços de comércio tradicional. Acrescentamos ainda que consideramos de enorme relevância o incentivo por parte das

unidades hoteleiras ao consumo de produtos tradicionais, com o intuito de despromover o consumo de marcas internacionais, permitindo uma maior ligação aos produtos nacionais e regionais, possibilitando ao consumidor uma experiência mais autêntica e, simultaneamente, contribuindo para uma distribuição mais justa dos lucros oriundos da atividade turística.

3.7 Conclusão

O turismo comunitário assume-se como uma alternativa para o turismo convencional que, com o decorrer dos anos, tem acentuado desigualdades sociais e a desintegração da comunidade residente dos seus espaços habituais.

No entanto, consideramos que o turismo comunitário pode, efetivamente, ser colocado em prática de diversas formas, sendo adaptado ao contexto e necessidades de cada um dos destinos em causa.

Consideramos então que em contexto urbano a existência de sinergias entre unidades de alojamento e pequenos estabelecimentos de comércio tradicional podem, realmente, contribuir para uma divisão mais justa dos rendimentos do turismo e permitirá que determinados estabelecimentos sobrevivam e sejam valorizados. Consideramos ainda fundamental que existam medidas que protejam todos os que residem em determinado centro urbano que seja alvo de desenvolvimento, no sentido em que para garantir a satisfação do residente e, acima de tudo, a identidade da cidade, fenómenos como a gentrificação não fazem qualquer sentido e que não se identificam com o turismo de base comunitária.

Na verdade, o aspeto que consideramos fundamental na discussão do turismo comunitário relaciona-se com a integração e o envolvimento da comunidade no projeto turístico, independentemente do local onde tal seja aplicado.

II PARTE PRÁTICA

1. Contextualização

1.1 Porto – demografia e estatísticas

O município do Porto tem uma área de 41,42 km² e conta com uma população de 237 591 habitantes (censos de 2011). Este valor representa uma perda de 25.540 indivíduos quando comparado com o ano de 2001.

O concelho do Porto está dividido em sete freguesias: Aldoar, Foz do Douro e Nevogilde (União das Freguesias de Aldoar, Foz do Douro e Nevogilde); Bonfim; Campanhã; Cedofeita, Santo Ildefonso, Sé, Miragaia, São Nicolau e Vitória (União de freguesias do centro histórico do Porto) Lordelo do Ouro e Massarelos (União das Freguesias de Lordelo do Ouro e Massarelos); Paranhos e Ramalde.

Tabela 6 Densidade populacional do Porto

Ano	2001	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Nº médio habitantes por km ²	6.310,5	5.877,2	5.785,8	5.686,9	5.560,0	5.429,6	5.317,2	5.224,6

Fonte: (PORDATA, 2017)

Através da análise da tabela acima apresentada, nota-se que a densidade populacional foi decrescendo ano após ano sem exceção.

Segundo a Câmara Municipal do Porto (Porto, 2017), através da análise de um documento que comenta e analisa os censos de 2011, compreende-se que as áreas do centro histórico são as que apresentam os menores quantitativos populacionais. Compreende-se ainda que as secções com mais de 1.000 residentes encontram-se todas nas freguesias mais periféricas, tais como Lordelo do Ouro, Foz do Douro, Aldoar, Ramalde e Campanhã³.

Através do mesmo documento pode ainda compreender-se que as secções menos populosas, com menos de 300 habitantes, predominam no centro da cidade, apesar também se

³ Dados referentes aos Censos de 2011, correndo o risco iminente de estarem desatualizados à data da redação e posterior leitura deste documento.

encontrarem em áreas menos centrais, como em Paranhos ou Ramalde. No centro da cidade existem áreas significativas onde em média residem 2 indivíduos por edifício (Porto, 2017).

1.2 Turismo no Porto

a) Os números do crescimento

Em 2013, segundo o Turismo de Portugal (T. de Portugal, 2015), o número de camas disponíveis na região Norte era de 46.395, sendo que deste valor 76.8% eram hotéis e 40,2% desta oferta estava localizada no Grande Porto.

No ano de 2013, 11,8% das dormidas contabilizadas em Portugal concretizaram-se na região Norte (prefazendo um valor total de 4,9 milhões de dormidas só nesta região). Destas dormidas, os dados mostram que quase 70% deste valor é relativo ao Grande Porto, significando que 70% das dormidas da região Norte aconteceu única e exclusivamente no Grande Porto.

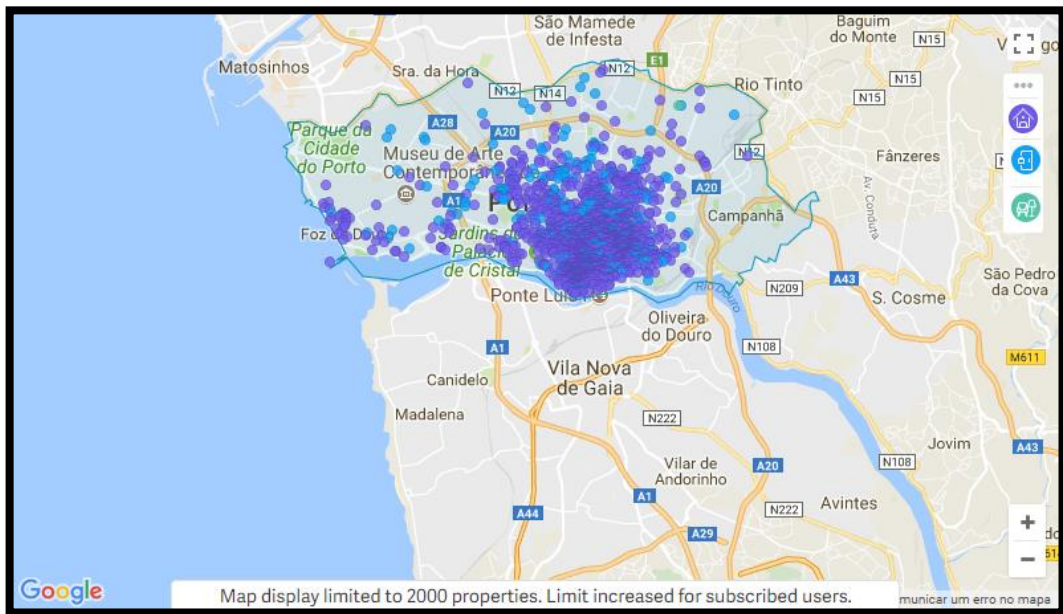
Ainda subordinado ao assunto das dormidas, importa mencionar que o Porto teve um aumento de 98% no número de dormidas entre os anos de 2009 e 2015 (T. de Portugal, 2015).

O jornal O Observador avançou que o Turismo do Porto e Norte de Portugal fechou o ano de 2016 com um crescimento de dormidas na ordem dos 10,70% em relação a 2015, alcançando 6,8 milhões, valores próximos dos objetivos traçados para 2020 (Coelho, 2017).

Através da análise de um documento presente na página do Turismo de Portugal (Portugal, 2015) compreende-se que, em 2015, o Porto teve uma taxa de ocupação de 71%, situando-se no 12º lugar do ranking das cidades europeias; Nota-se ainda que o RevPAR em 2015 no Porto foi de 50,60 euros situando a cidade do Porto no 18º do mesmo ranking europeu. O mesmo documento apresenta a previsão dos mesmos valores para o ano corrente (2017) onde se verifica que quanto à taxa de ocupação o Porto se vá manter no 12º lugar do ranking mas com um acréscimo de 2,5% (73,5%) e, relativamente ao RevPAR, prevê-se a manutenção do 18º lugar do ranking, mas com um aumento de aproximadamente seis euros (56,0€ em 2017).

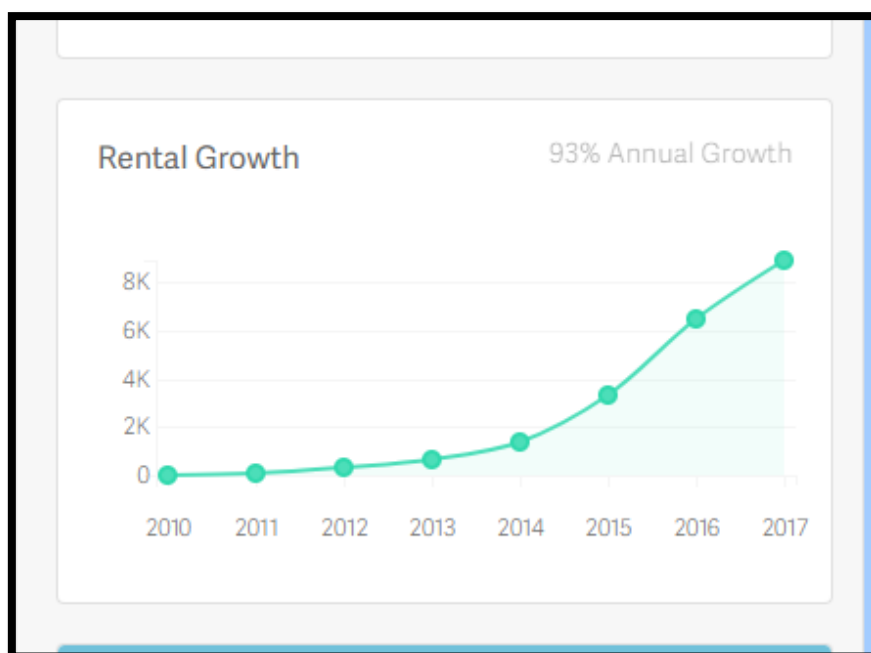
Importa ainda mencionar aqui os números do alojamento turístico, que têm vindo a crescer exponencialmente. Segundo a plataforma AirDNA existem registados no Porto aproximadamente 6 mil alojamentos locais:

Figura 11 Distribuição de alojamentos locais no Porto registados no Airbnb.



Fonte: AirDNA, 2017

Figura 12 Evolução do número de alojamentos locais registados no Airbnb. Porto (2010-2017).



Fonte: AirDNA, 2017

A cidade do Porto nos últimos dois anos tem ganho reconhecimento internacional, através da atribuição de nomeações e respetivos prémios:

3rd Best World Destination on the rise (2016), Successful Meetings Portugal's Leading Conference Hotel, World Travel Awards;

Listed in the Best Destinations to Visit in 2016, The Telegraph Travel;

Best City Attraction (2016), World Travel Awards;

Best City Break (2016), World Travel Awards;

Best Tourist Destination (2016), World Travel Awards;

Best European Destination (2017), European Best Destinations Awards.

Segundo o jornal da Universidade do Porto (JPN, 2017) o “Porto e Norte receberam 1,9 milhões de turistas durante o primeiro semestre de 2017, o que representa um crescimento de nove por cento de visitantes em relação ao mesmo período de 2016”.

Desta forma, a região do norte recebeu, nos primeiros seis meses do ano, 967 mil turistas nacionais e 905 mil estrangeiros, que despenderam, no total, mais de 185 milhões de euros durante a estadia (JPN, 2017).

b) O turista do Porto

Em 2015, 1.9 milhões dos turistas no Porto eram turistas domésticos, enquanto que 1.5 milhões de visitantes eram turistas internacionais. Conforme se pode compreender através da tabela abaixo **apresentada, compreende-se que os principais mercados do Porto são o mercado nacional e o espanhol.**

Tabela 7 Número de turistas no Porto em 2015.

2015	Origem
52%	Portugal
13%	Espanha
7%	França
4%	Brasil
4%	Alemanha
3%	Reino unido
2%	Itália
2%	Países baixos
2%	EUA
1%	Bélgica
1%	Suíça

Fonte: European Cities Hotel Forecast 2017 e 2018

Dias (2010) apresenta um estudo sobre o perfil do turista do Porto que nos permite identificar as suas características. Assim, notamos que a predominância dos turistas no Porto

têm entre 26 e 60 anos, a maioria tem formação académica e o rendimento do agregado familiar está entre os 1000 e 3000 euros mensalmente.

A investigação do autor conclui ainda que a maioria dos turistas tem a pretensão de fazer uma visita cultural e, por isso, pretendem passar o seu tempo a visitar monumentos, museus e espaços religiosos. Outro aspeto importante que o autor apresentou com a sua investigação relaciona-se com a duração da estadia dos turistas: dois a três dias é o que cerca de 50% dos inquiridos pelo autor (Dias, 2010) reservam para ficar e conhecer o Porto.

c) Turismofobia: já sentem os portuenses aversão à atividade turística?

A resposta para esta questão será aprofundada com os inquéritos que aplicamos e com as respetivas análises. No entanto, interessa pesquisar artigos disponíveis em jornais e revistas que nos permitam compreender se este sintoma de irritação turística que se sente em cidades europeias como Veneza e Barcelona e até Berlim já se propangandou pelo nosso país, mais propriamente pela cidade Invicta.

Compreende-se que a onda mais agressiva de turismofobia foi despolentando em grandes cidades europeias, com maior dimensão em Barcelona que, como já vimos anteriormente, vive momentos de grande saturação turística. Lisboa e Porto vão mostrando alguns sinais de preocupação com o futuro, mas nota-se alguma passividade até ao momento.

Torna-se mais frequente do que nunca ler artigos que mencionem a gentrificação, o risco iminente da descaracterização, da perda da autenticidade. Lê-se, frequentemente, em artigos de jornais e plataformas *online* que ainda não existe um consenso na opinião pública sobre a necessidade (ou não) de regular o turismo que para uns surge como a solução de todos os males, para outros emerge como um mal futuro.

A verdade é que os números não deixam margem para dúvida: os alojamentos locais crescem sem critérios, os preços das rendas nos centros das cidades de Lisboa e do Porto (como aliás já mencionamos no primeiro capítulo) sobrem desenfreadamente não sendo coerentes com os rendimentos médios dos portugueses.

Sobre o caso específico do Porto lemos pouco, mas alguns cartazes colados nas ruas em postes e caixotes do lixo parecem antecipar movimentos semelhantes ao que observamos recentemente em Barcelona. Há já grupos anónimos que vão expressando a sua preocupação sobre o possível excesso turístico na cidade Invicta.

A análise do inquérito que elaboramos pretende, portanto, compreender se os residentes e trabalhadores do Porto estão preocupados com o incremento dos números do turismo e, essencialmente, pretendemos compreender quais os verdadeiros impactos do setor (sejam eles positivos e /ou negativos).

2. Metodologia

2.1 Recolha de dados

O inquérito pretende abordar a temática do turismo no centro histórico do Porto, tendo sido aplicado a residentes e trabalhadores da União de freguesias do Centro histórico do Porto, do Bonfim e da União das Freguesias de Aldoar, Foz do Douro e Nevogilde.

Foram então inquiridos 151 indivíduos com idades compreendidas entre os 18 e os 83 anos.

Os questionários foram implementados entre maio e agosto de 2017, sendo relevante mostrar que tivemos preferência por moradores e residentes da união de freguesias do centro histórico do Porto por considerarmos ser a localização mais central e onde se aplicam de forma mais coerente os parâmetros mencionados nas questões.

2.2 Elaboração das hipóteses

Foram elaboradas duas hipóteses: 1) *os residentes do centro histórico do Porto, face ao recente desenvolvimento do turismo, não têm a perceção dos impactos negativos desta atividade.*

2) *a perceção dos residentes face aos impactos do turismo varia consoante a dependência do inquirido ou de alguém do seu membro do agregado familiar da atividade turística.*

2.3 Tratamento de dados

Os dados recolhidos através da aplicação do inquérito foram sujeitos a uma análise estatística tendo por base essencialmente medidas de estatística descritiva. Procedemos a uma análise feita questão a questão e complementada com cruzamentos de variáveis considerando relevantes tendo em conta o objetivo do estudo.

Foram efetuados testes estatísticos, de entre os quais destaca-se o *alfa de Cronbach*, *testes t para duas amostras independentes*. A análise dos resultados foi desenvolvida através da utilização do software *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS), versão 23.

2.4 Fiabilidade das variáveis: alfa de Cronbach

Segundo os autores Pereira e Patrício (2013) o alfa de Cronbach é uma medida de consistência interna de uma escala e é utilizado como uma estimativa da fiabilidade de um teste psicométrico para uma amostra de respondentes. Desta forma analisamos todos os itens de resposta fechada (29):

Tabela 8 Estatísticas de confiabilidade

Alfa de Cronbach	N de itens
,829	29

Fonte: Elaboração própria

Com base nos autores (Pereira & Patrício, 2013), os valores do Alfa de Cronbach devem ser interpretados da seguinte forma: < 0,50 – inaceitável; 0,50 – 0,60 – Fraca; 0,60 – 0,70 – Aceitável; 0,70 – 0,80 – Boa; 0,90- 1 – Muito boa.

A tabela acima retirada da folha de saída do SPSS mostra que as variáveis que apresentamos são, em questões de fiabilidade, boas.

3. Resultados

3.1 Caracterização da amostra

Os residentes inquiridos têm idades compreendidas entre os 18 e os 83 anos, sendo que a média de idades dos respondentes situa-se nos 33 anos (33,23).

Tabela 9 Idade dos inquiridos

N	Válido	151
	Omisso	0
Média		33,23
Desvio Padrão		13,445
Mínimo		18
Máximo		83
Percentis	25	24,00
	50	28,00
	75	38,00

Fonte: Elaboração própria.

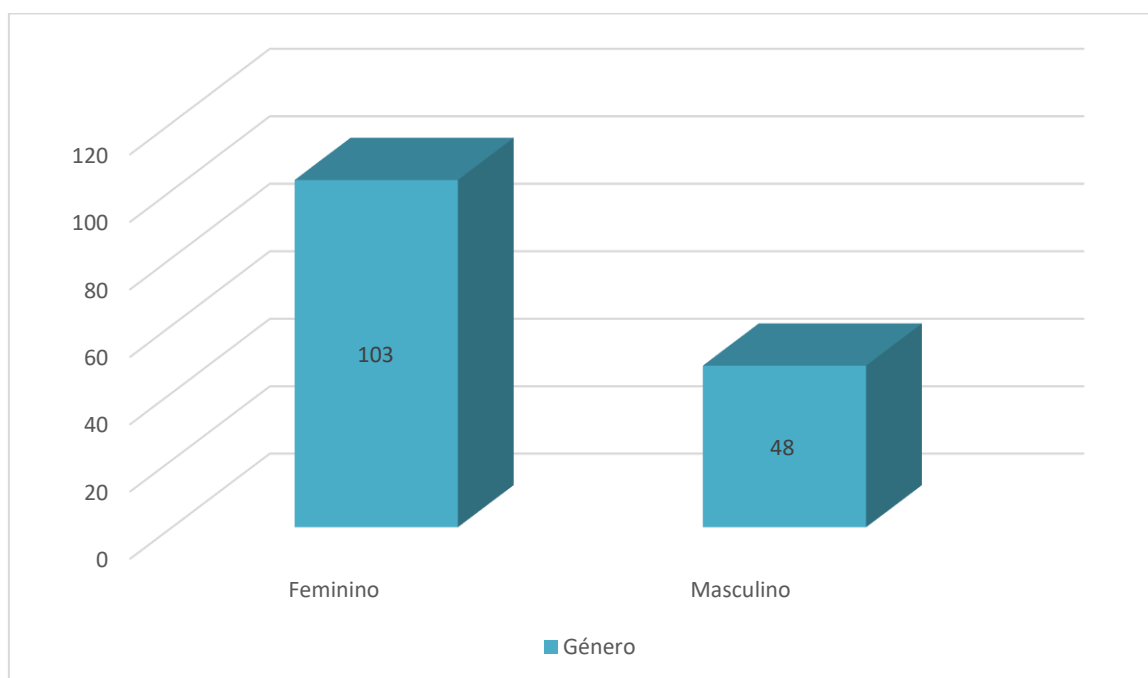
Relativamente ao género dos inquiridos, 68% (representado 103 dos 151 inquiridos) são mulheres e 32% (48 dos 151 inquiridos) são homens, como se verifica na tabela e gráfico seguintes:

Tabela 10 Género dos inquiridos

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem cumulativa
Válido	Masculino	48	31,8	31,8	31,8
	Feminino	103	68,2	68,2	100,0
	Total	151	100,0	100,0	

Fonte: Elaboração própria.

Gráfico 1 Género dos inquiridos



Fonte: Elaboração própria.

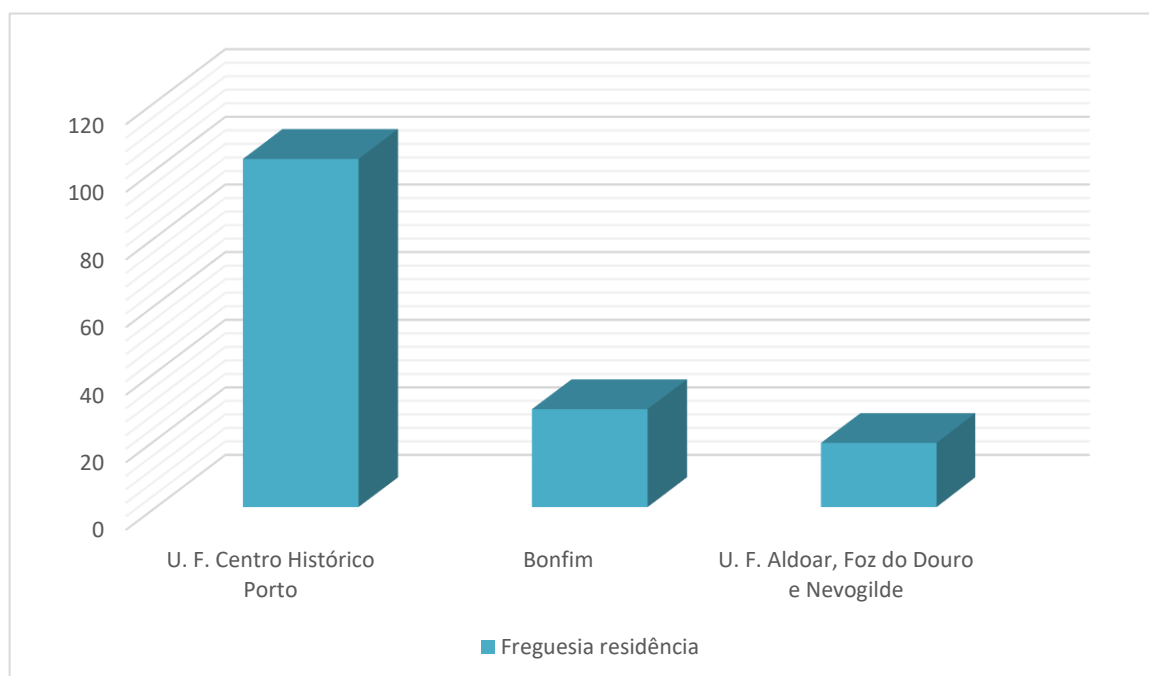
Os inquiridos são moradores e/ou trabalhadores da União de freguesias do Centro Histórico do Porto (68%); da Freguesia do Bonfim (19%) e da União de freguesias de Aldoar, Foz do Douro e Nevogilde (12%)

Tabela 11 Freguesia de residência e/ou trabalho dos inquiridos.

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem cumulativa
Válido	União de freguesias do centro histórico do Porto	103	68,2	68,2	68,2
	Bonfim	29	19,2	19,2	87,4
	U. Freguesias Aldoar, Foz do Douro e Nevogilde	19	12,6	12,6	100,0
	Total	151	100,0	100,0	

Fonte: Elaboração própria

Gráfico 2 Freguesia de residência e/ou trabalho dos inquiridos.



Fonte: elaboração própria.

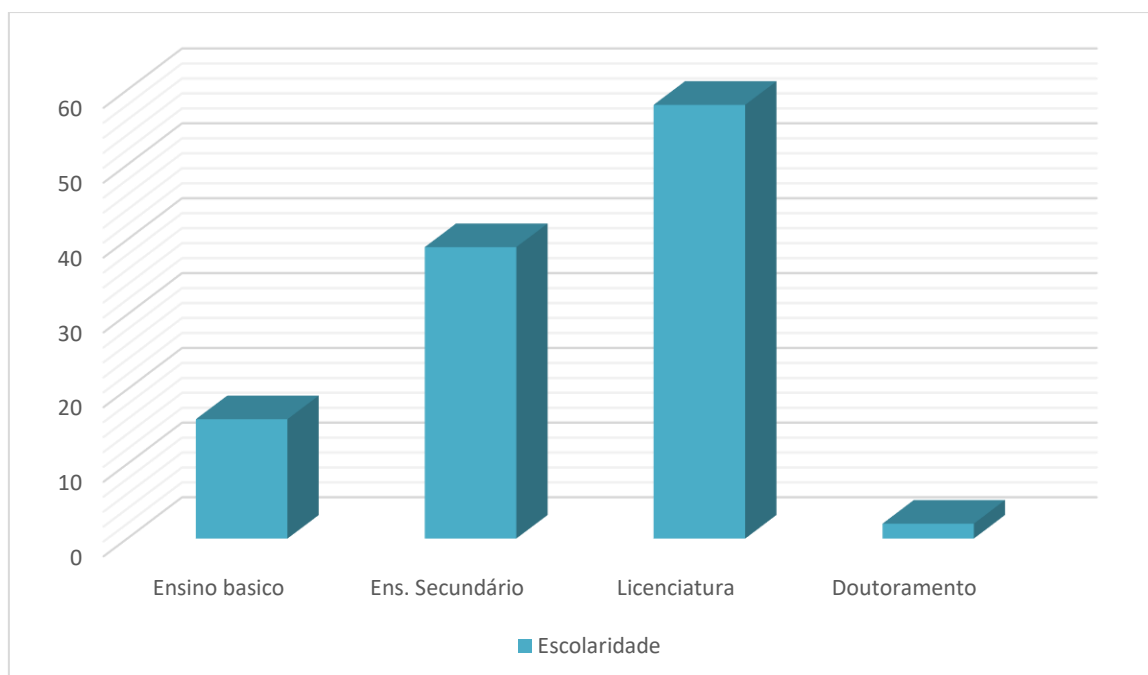
Para melhor compreensão da amostra, analisamos as habilitações dos inquiridos. Nota-se que 38% dos inquiridos são licenciados e apenas 1,3% possui doutoramento.

Tabela 12 Habilitações literárias dos inquiridos

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem cumulativa
Válido	Ensino Básico	16	10,6	10,6	10,6
	Ensino secundário	39	25,8	25,8	36,4
	Licenciatura	58	38,4	38,4	74,8
	Mestrado	36	23,8	23,8	98,7
	Doutoramento	2	1,3	1,3	100,0
	Total	151	100,0	100,0	

Fonte: elaboração própria.

Gráfico 3 Habilitações literárias dos inquiridos.



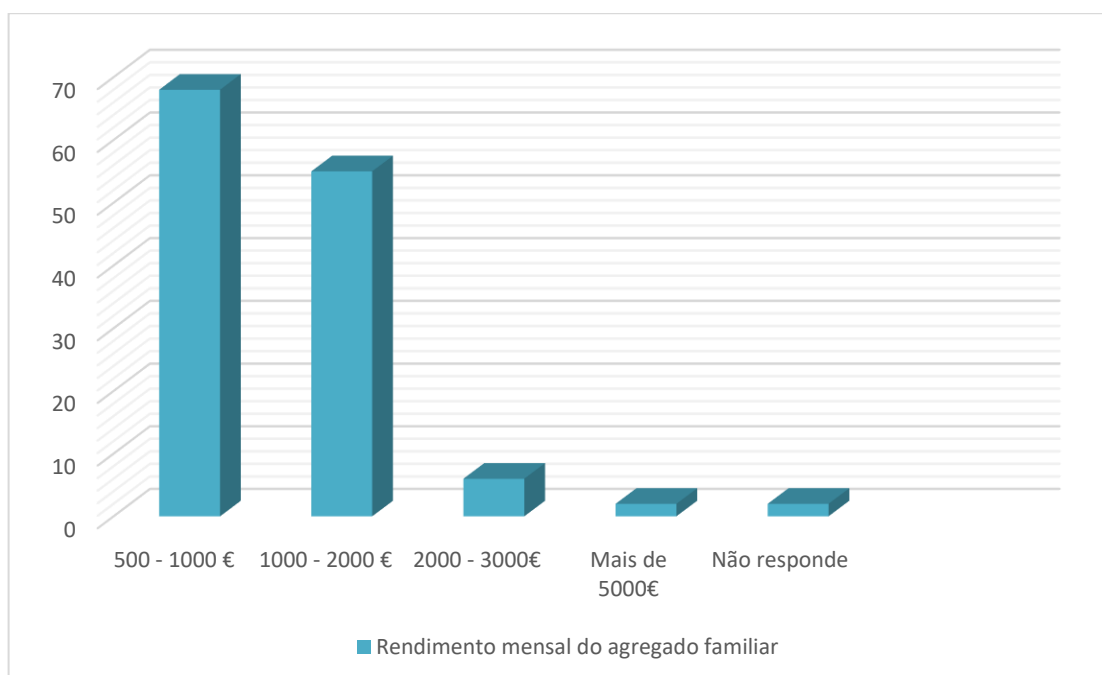
Fonte: elaboração própria.

Tabela 13 Rendimento mensal do agregado familiar dos inquiridos.

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem cumulativa
Válido	500-1000€	68	45,0	45,0	45,0
	1000-2000€	55	36,4	36,4	81,5
	2000-3000€	18	11,9	11,9	93,4
	3000-5000€	6	4,0	4,0	97,4
	Mais de 5000€	2	1,3	1,3	98,7
	Não responde	2	1,3	1,3	100,0
	Total	151	100,0	100,0	

Fonte: elaboração própria.

Gráfico 4 Rendimento mensal do agregado familiar



Fonte: elaboração própria.

Compreende-se através da análise do gráfico que 45% dos inquiridos se enquadram nos valores mais baixos, sendo o valor do agregado familiar entre os 500 e os 1000 euros. Dois dos inquiridos não responderam e apenas dois indivíduos mostraram que os seus rendimentos mensais são superiores a 5 mil euros.

Relativamente aos anos de residência nas freguesias nota-se que a média dos anos de permanência na cidade é de 15 anos (15,16), sendo que os anos variam entre 1 ano (18%) e 82 anos (0,7%):

Tabela 14 Anos de residência ou trabalho no Porto

N	Válido	151
	Omisso	0
Média		15,16
Desvio Padrão		16,560
Mínimo		1
Máximo		82
Percentis	25	3,00
	50	7,00
	75	24,00

Fonte: elaboração própria.

Nota-se que há uma grande percentagem de recém residentes e trabalhadores, visto que 18% dos inquiridos, ou seja, 27 dos 151 indivíduos permanecem no centro do Porto há apenas um ano. Destes 27 recém moradores e trabalhadores, verificamos que 18 dos inquiridos se localizam na união de freguesias do centro histórico do Porto, 6 no Bonfim e 3 na União de freguesias de Aldoar, Foz do Douro e Nevogilde.

Confirmamos ainda que o habitante mais antigo (82 anos) mora na freguesia do Bonfim.

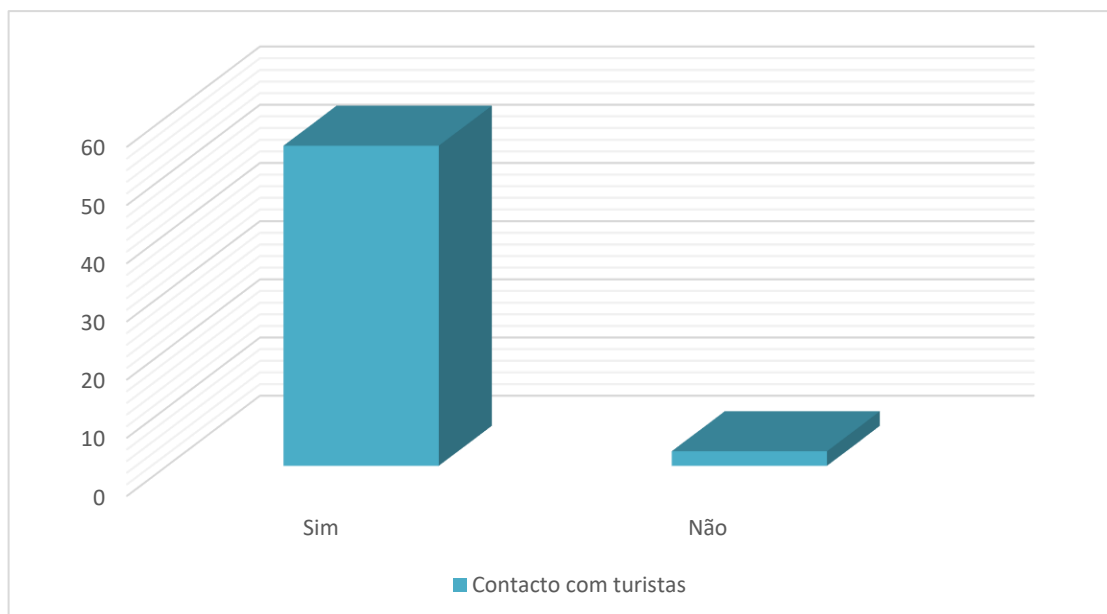
No que respeita à atividade profissional dos inquiridos, apenas tivemos interesse em saber se exercem alguma atividade diretamente relacionada com o turismo:

Tabela 15 Atividade profissional dos inquiridos

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem cumulativa
Válido	Sim.	55	36,4	36,4	36,4
	Não	96	63,6	63,6	100,0
	Total	151	100,0	100,0	

Fonte: elaboração própria.

Gráfico 5 Atividade profissional dos inquiridos e respetiva relação com turistas



Fonte: elaboração própria

Compreende-se que 96 dos inquiridos (64%) não desempenha qualquer função relacionada com o turismo, enquanto 55 (36%) dos indivíduos afirmam estar ligados à atividade turística.

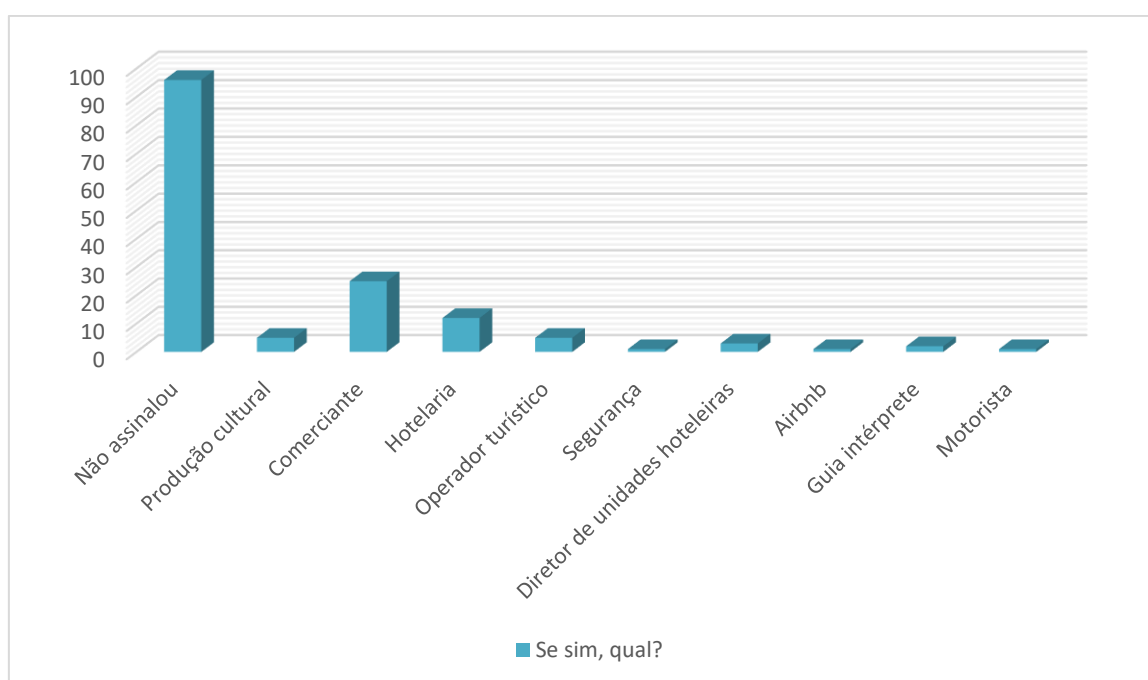
Destes 55 inquiridos importa mostrar quais as funções desempenhadas:

Tabela 16 Especificação da atividade profissional do inquirido.

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem cumulativa
Válido	Não assinalou	96	63,6	63,6	63,6
	Produção cultural	5	3,3	3,3	66,9
	Comerciante	25	16,6	16,6	83,4
	Hotelaria	12	7,9	7,9	91,4
	Operador turístico	5	3,3	3,3	94,7
	Segurança	1	,7	,7	95,4
	Diretor de unidades hoteleiras	3	2,0	2,0	97,4
	Airbnb	1	,7	,7	98,0
	Guia intérprete	2	1,3	1,3	99,3
	Motorista	1	,7	,7	100,0
	Total	151	100,0	100,0	

Fonte: elaboração própria.

Gráfico 6 Especificação da atividade profissional dos inquiridos.



Fonte: Elaboração própria.

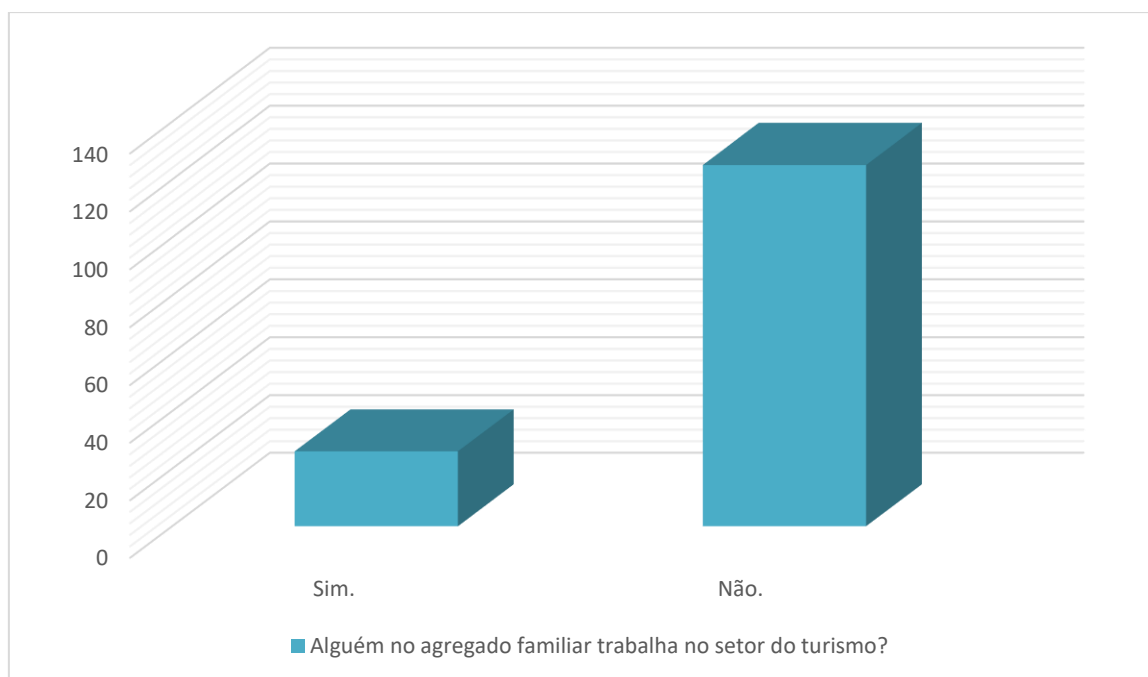
Compreende-se assim que dos 55 inquiridos que mostraram efetivamente desempenhar funções relacionadas com o turismo, nota-se que 17% trabalha como comerciante e 8% trabalha na hotelaria, sendo estas as duas profissões mais assinaladas pelos indivíduos. Questionamos ainda os indivíduos sobre a possibilidade de algum membro do agregado familiar exercer alguma função que envolva o contacto direto com turistas, por considerarmos esse um fator relevante para compreender as respostas dadas posteriormente. Desta forma concluímos que apenas 17% (26 indivíduos) dos inquiridos têm alguém no agregado familiar a trabalhar no setor do turismo.

Tabela 17 Atividade profissional dos membros do agregado familiar

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem cumulativa
Válido	Sim. Qual?	26	17,2	17,2	17,2
	Não	125	82,8	82,8	100,0
	Total	151	100,0	100,0	

Fonte: elaboração própria.

Gráfico 7 Atividade profissional dos membros do agregado familiar e respetiva relação com o turismo



Fonte: elaboração própria.

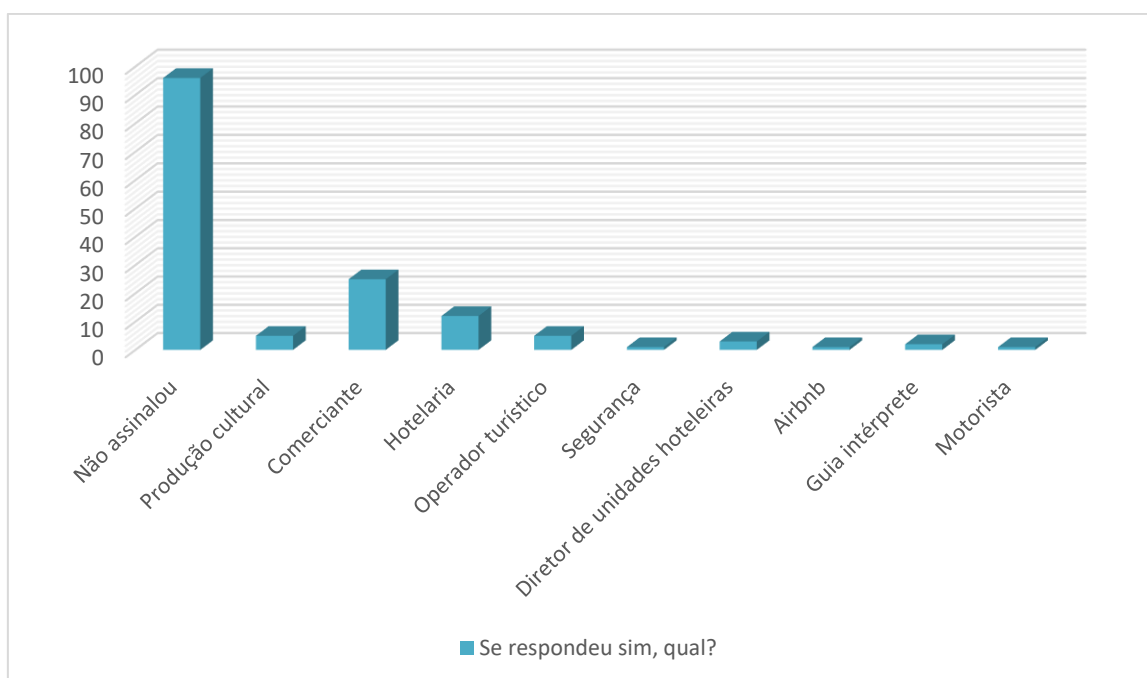
Dos 26 inquiridos que afirmaram ter alguém no seu agregado familiar a exercer funções na área de turismo, questionamos quais as suas profissões. Conforme podemos analisar de seguida, compreende-se que a grande maioria é comerciante.

Tabela 18 Especificação da atividade profissional dos membros do agregado familiar

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem cumulativa
Válido	Não assinalou	96	63,6	63,6	63,6
	Produção cultural	5	3,3	3,3	66,9
	Comerciante	25	16,6	16,6	83,4
	Hotelaria	12	7,9	7,9	91,4
	Operador turístico	5	3,3	3,3	94,7
	Segurança	1	,7	,7	95,4
	Diretor de unidades hoteleiras	3	2,0	2,0	97,4
	Airbnb	1	,7	,7	98,0
	Guia intérprete	2	1,3	1,3	99,3
	Motorista	1	,7	,7	100,0
	Total	151	100,0	100,0	

Fonte: elaboração própria.

Gráfico 8 Especificação da atividade profissional dos membros do agregado familiar.



Fonte: elaboração própria.

3.2 Perceção dos residentes face aos impactos da atividade turística no centro histórico do Porto

a) Impactos económicos

53% (80) dos inquiridos mostraram concordar que o turismo cria mais empregos para os residentes, 22% (33) concordam totalmente; 11% (17) dos indivíduos discordam com a tese de que o turismo é responsável pela maior oferta de oportunidades de emprego para os residentes; 2% (3) discordam totalmente. Importa ainda mencionar que 12% (18) inquiridos responderam não concordar ou discordar, assinalando a opção “indeciso”.

54% (81) dos inquiridos mostra concordar que o turismo traz riqueza à cidade do Porto, 23% (34) concordam totalmente. 7% (10) indivíduos mostram discordar e 5% (7) discordam totalmente. Dos indivíduos inquiridos 13% (19) mostraram-se indecisos sobre a temática em questão.

Quanto ao rendimento familiar, 53% (80) indivíduos discordam totalmente que tenha aumentado com o aumento da atividade turística na cidade e 22% (33) discordam. 9% (13) dos inquiridos concordam totalmente afirmando que o seu rendimento familiar teve melhorias com o turismo e 8% (12) concorda. 9% (13) dos indivíduos assinalaram a opção “indeciso”.

46% (69) dos inquiridos concordam totalmente que os preços na cidade do Porto subiram devido ao turismo. 34% (52) concordam, 5% (8) discordam e 0,7% (1) discordam totalmente. 13% (20) dos indivíduos mostraram-se indecisos e 0,7% (1) assinalou a opção “Não sabe/não responde”.

No que respeita à perceção dos portuenses sobre o quanto gastam os turistas no Porto, 48% (72) discorda que os turistas gastam pouco, 15% (23) discorda totalmente. Por outro lado, 14% (21) concorda que os turistas gastam pouco dinheiro e 5% (8) concorda totalmente. 18% (27) dos inquiridos assinalou a opção “indeciso”.

38% (57) dos inquiridos concordam que o turismo beneficia apenas um restrito número de residentes, enquanto 22% (33) discorda da afirmação. 17% (25) concorda totalmente e 6% (9) discorda totalmente. 18% (27) assinalou a opção “indeciso”.

Quanto à relação do aumento do turismo e da formação dos profissionais, 47% (71) dos inquiridos concorda que o turismo contribui efetivamente para o aumento da formação dos profissionais da hotelaria e 18% (27) concorda totalmente. 11% (17) discorda da afirmação e 3% (4) discorda totalmente. 21% (32) dos indivíduos optaram por responder “indeciso”.

Cruzamos variáveis para confirmar se a opinião dos inquiridos sobre os impactos económicos do turismo na cidade do Porto pode estar relacionada com a atividade profissional dos indivíduos: compreendemos que a postura dos indivíduos que exercem funções ligadas ao turismo é mais positiva do que os indivíduos que não trabalham no turismo (*testes t* para amostras independentes). Percebe-se, então, que os inquiridos a exercer funções na área do turismo respondem de forma mais positiva a questões relacionadas com o aumento do rendimento familiar, a distribuição dos rendimentos turísticos por entre a

população e o aumento dos postos de trabalho devido ao incremento do turismo na cidade do Porto (*testes t* para amostras independentes: $p > 0,05$).

Com a análise dos dados tentamos ainda compreender se o facto de existir alguém no agregado familiar do inquirido a exercer funções na atividade turística influenciaria de alguma forma a perceção dos indivíduos sobre os impactos económicos do turismo no centro do Porto. As respostas variam, pelo que se compreende que, com base na nossa amostra, não é claro concluir que os indivíduos que tenham algum elemento do agregado familiar a trabalhar neste setor tenham uma perceção dos impactos diferente da dos restantes inquiridos. No entanto, na questão sobre o aumento dos rendimentos devido ao turismo, conclui-se que os inquiridos que afirmaram ter alguém na família a trabalhar no turismo concordam mais com a afirmação relativa aos rendimentos do que os outros inquiridos (*testes t* para amostras independentes: $p > 0,05$).

Tabela 19 Teste t para duas amostras independentes onde se comparam as respostas com a atividade profissional do inquirido.

	Exerce alguma atividade profissional que envolva o contacto direto com turistas	N	Média	Desvio Padrão	Erro Padrão da Média
O turismo cria mais emprego para os residentes	Sim.	55	3,89	1,083	,146
	Não	96	3,77	,900	,092
O turismo traz mais riqueza para o centro histórico do Porto	Sim.	55	4,00	1,054	,142
	Não	96	3,73	,968	,099
O seu rendimento familiar tem aumentado devido à atividade turística	Sim.	55	2,73	1,545	,208
	Não	96	1,54	,917	,094
Os preços no Porto subiram devido ao aumento do turismo	Sim.	55	4,05	,911	,123
	Não	96	4,30	,919	,094
Os turistas gastam pouco dinheiro no centro do Porto	Sim.	55	2,71	1,301	,175
	Não	96	2,32	,900	,092
O turismo beneficia apenas um restrito número de residentes	Sim.	55	3,31	1,184	,160
	Não	96	3,41	1,166	,119
O turismo contribui para o aumento da formação dos profissionais da hotelaria	Sim.	55	3,65	1,092	,147
	Não	96	3,67	,925	,094

Fonte: elaboração própria.

Tabela 20 Testes t para duas amostras independentes onde se compraram as respostas do inquirido com a atividade profissional dos membros do agregado familiar.

	Alguém no seu agregado familiar exerce alguma atividade profissional no setor do turismo	N	Média	Desvio Padrão	Erro Padrão da Média
O turismo cria mais emprego para os residentes	Sim. Qual?	26	3,69	1,225	,240
	Não	125	3,84	,911	,081
O turismo traz mais riqueza para o centro histórico do Porto	Sim. Qual?	26	3,65	1,198	,235
	Não	125	3,86	,962	,086
O seu rendimento familiar tem aumentado devido à atividade turística	Sim. Qual?	26	2,58	1,474	,289
	Não	125	1,85	1,245	,111
Os preços no Porto subiram devido ao aumento do turismo	Sim. Qual?	26	4,19	,895	,176
	Não	125	4,22	,930	,083
Os turistas gastam pouco dinheiro no centro do Porto	Sim. Qual?	26	2,35	1,093	,214
	Não	125	2,49	1,075	,096
O turismo beneficia apenas um restrito número de residentes	Sim. Qual?	26	3,04	1,113	,218
	Não	125	3,44	1,174	,105
O turismo contribui para o aumento da formação dos profissionais da hotelaria	Sim. Qual?	26	3,35	1,129	,221
	Não	125	3,73	,945	,085

Fonte: elaboração própria.

b) Impactos ambientais

48% (66) dos inquiridos concordam que o turismo contribui para a conservação do património; 17% (25) discorda; 16% (24) concorda totalmente e 7% (10) discorda totalmente que o turismo contribua ativamente para a conservação do património. 17% (25) dos inquiridos responderam “indeciso”.

No que respeita ao ruído, 40% (61) dos inquiridos concorda que o turismo contribui para o agravamento dos problemas relacionados com o barulho; 25% (38) concorda totalmente; 16% (24) discorda e 6% (9) discorda totalmente da afirmação. 13% (19) dos indivíduos mostraram-se indecisos.

Relativamente à poluição, 31% (46) dos inquiridos concorda que o turismo agrave problemas relacionados com a poluição, enquanto que outros 31% (46) discordam da mesma afirmação. 16% (24) concorda totalmente e 6% (9) discorda totalmente. 17% (26) dos respondentes mostraram-se indecisos.

Através da análise dos dados compreendemos que, tal como acontece nas questões relacionadas com os impactos económicos, no que respeita aos impactos ambientais, os inquiridos que exercem atividades profissionais ligadas ao turismo têm uma postura de menor perceção dos impactos ambientais do que os que não trabalham no turismo (*testes t* para duas amostras independentes $> 0,05$).

Tabela 21 Teste t para duas amostras independentes. Relação entre a atividade profissional e os impactos ambientais.

	Exerce alguma atividade profissional que envolva o contacto direto com turistas	N	Média	Desvio Padrão	Erro Padrão da Média
O turismo contribui para a conservação do património	Sim.	55	3,60	1,116	,150
	Não	96	3,41	1,184	,121
O turismo contribui para o agravamento dos problemas relacionados com o ruído	Sim.	55	3,44	1,244	,168
	Não	96	3,74	1,154	,118
O turismo agrava problemas relacionados com a poluição	Sim.	55	3,02	1,178	,159
	Não	96	3,30	1,215	,124

Fonte: elaboração própria.

c) Impactos socioculturais

54% (82) dos inquiridos concordam que o turismo traz mais atividades culturais ao Porto; 27% (41) concorda; 8% (12) discorda e 3% (4) discorda totalmente. 7% (11) dos indivíduos mostraram-se indecisos.

Relativamente à qualidade de vida, 34% (51) dos inquiridos concorda que o turismo tem sido prejudicial à qualidade de vida dos residentes do centro histórico do Porto; 20% (30) concorda totalmente e outros 20% (30) discorda da afirmação. 11% (17) discorda totalmente que seja o turismo o fator predominante da pioria da qualidade de vida. 15% (22) dos inquiridos selecionaram a opção “indeciso” e 0,7% (1) optou pela opção “Não sabe/não responde”.

Quanto à criminalidade, 44% (66) dos inquiridos discordam que tenha aumentado com o aumento do turismo na cidade do Porto; 15% (23) discordam totalmente; 11% (17) concorda que existe um aumento da criminalidade associado ao aumento da atividade turística; 7% (11) concorda totalmente. 21% (32) dos indivíduos selecionaram a opção “indeciso”.

Na questão seguinte abordamos o tema da gentrificação e compreendemos que 34% (52) dos inquiridos concorda totalmente que o aumento do turismo levou mais residentes a abandonar o centro histórico e 26% (39) concorda. 17% (25) dos inquiridos discorda com esta relação entre o turismo e o abandono do centro histórico e 5% (7) discorda totalmente. 18% (27) dos inquiridos mostraram estar “indecisos” e 0,7 (1) selecionou a opção “não sei/não respondo”.

No que respeita a temática dos problemas de trânsito, 29% (43) dos inquiridos mostraram concordar totalmente que o turismo contribui para o agravamento dos problemas de trânsito e 26% (39) concordam. 17% (26) dos inquiridos discordam e 7% (11) discordam totalmente. 21% (32) dos indivíduos selecionaram a opção “indeciso”.

No que respeita aos problemas de trânsito, 29% (43) dos inquiridos concordam totalmente que tenham agravado com o aumento do turismo; 26% (39) concordam; 17% (26) discordam e 7% (11) discordam totalmente. 21% (32) dos indivíduos selecionaram a opção “indeciso”.

Relativamente à questão relacionada com o aumento da prostituição com o aumento do turismo, 40% (57) dos inquiridos discordam que o turismo tenha aumentado as questões relacionadas com a prostituição. 21% (31) discordam totalmente. 9% (13) concordam e apenas 3% (4) concordam totalmente. 31% dos inquiridos selecionaram a opção “indeciso”.

Em questões relacionadas com o consumo de drogas associado ao aumento do turismo, compreende-se que 36% (53) dos inquiridos discordam que o turismo tenha contribuído para o aumento dos problemas associados ao consumo de drogas; 17% (25) concordam; 16% (24) discordam totalmente. 27% (40) dos indivíduos selecionaram a opção “indeciso” e 1% (2) responderam “não sabe/não responde”.

Relativamente à afirmação que refere “o elevado número de turistas afasta os residentes dos espaços públicos”, 28% (42) dos inquiridos concordam; 25% (38) discordam da afirmação; 17% (25) discordam totalmente e 14% (21) concorda totalmente. 17% (25) optaram pela resposta “indeciso”.

Relativamente à interação entre residentes/trabalhadores e turistas ser saudável, 51% dos inquiridos concordam; 17% (25) concordam totalmente; 8% (12) discordam e 2% (3) discordam totalmente. 22% (33) dos indivíduos optaram pela resposta “indeciso”.

Através de uma análise de *testes t* para duas amostras independentes $> 0,05$ voltamos a compreender qual a relação entre a atividade profissional dos inquiridos e a sua perceção sobre os impactos socioeconómicos. Através da análise das médias de resposta dos inquiridos compreendemos que, nos aspetos socioculturais, não é tão perceptível que o facto dos inquiridos exercerem funções ligadas ao turismo influencie a perceção dos impactos positivamente. Isto é, nas questões que abordam o agravamento do ruído, da poluição e o afastamento dos residentes do centro histórico os inquiridos que exercem funções associadas ao turismo concordaram mais do que os restantes indivíduos. No entanto, nas restantes questões, mantém-se a postura mais positiva perante o turismo e os turistas por parte dos inquiridos que trabalham no setor.

Tabela 22 Teste t para duas amostras independentes. Relação entre a atividade profissional e os impactos socioculturais.

	Alguém no seu agregado familiar exerce alguma atividade profissional no setor do turismo	N	Média	Desvio Padrão	Erro Padrão da Média
O turismo contribui para a conservação do património	Sim. Qual?	26	3,27	1,282	,252
	Não	125	3,52	1,133	,101
O turismo contribui para o agravamento dos problemas relacionados com o ruído	Sim. Qual?	26	3,77	1,107	,217
	Não	125	3,60	1,212	,108
O turismo agrava problemas relacionados com a poluição	Sim. Qual?	26	3,42	1,137	,223
	Não	125	3,15	1,219	,109
O turismo traz mais atividades culturais ao Porto	Sim. Qual?	26	4,04	,999	,196
	Não	125	3,96	,962	,086
O turismo tem prejudicado a qualidade de vida dos residentes do centro histórico do Porto	Sim. Qual?	26	3,27	1,343	,263
	Não	125	3,34	1,320	,118
Devido ao turismo a criminalidade aumentou	Sim. Qual?	26	2,23	,951	,187
	Não	124	2,60	1,175	,106
Devido ao turismo há mais residentes a abandonar o centro histórico	Sim. Qual?	26	3,50	1,421	,279
	Não	125	3,75	1,209	,108
O turismo contribuiu para o agravamento dos problemas de trânsito	Sim. Qual?	26	3,50	1,208	,237
	Não	125	3,51	1,287	,115
O turismo traz mais problemas relacionados com a prostituição	Sim. Qual?	26	2,15	,881	,173
	Não	125	2,39	1,007	,090
O turismo traz mais problemas associados ao consumo de drogas	Sim. Qual?	26	2,50	1,105	,217
	Não	125	2,66	1,165	,104
O elevado número de turistas afasta os residentes dos espaços públicos	Sim. Qual?	26	2,77	1,366	,268
	Não	125	3,02	1,320	,118
Existe uma interação saudável entre os residentes/trabalhadores e turistas	Sim. Qual?	26	3,73	1,002	,197
	Não	125	3,74	,906	,081

Fonte: elaboração própria.

d) Identificam-se, os residentes do centro do Porto, com as frases dos residentes de Barcelona?

Após visualização e análise do documentário *“Bye Bye Barcelona”* (Fernández, 2014) consideramos pertinente utilizar algumas das frases proferidas pelos residentes da cidade de Barcelona e compreender se os residentes e trabalhadores do centro histórico do Porto se identificam.

A frase “Isto não é uma cidade para se viver. É um parque temático” teve 35% (53) dos inquiridos a discordar; 24% (36) a discordar totalmente; 19% (28) dos indivíduos concordam com a frase e 10% (15) concordam totalmente. 13% (19) dos indivíduos optaram pela resposta “indeciso”.

Relativamente à frase “a massificação do turismo significa que viver aqui, para os residentes, torna-se intolerável”, 27% (40) dos inquiridos concordam; 25% (37) discordam; 18% (27) discordam totalmente e 11% (17) concordam totalmente. 19% (29) dos indivíduos optaram pela resposta “indeciso”.

Relativamente à frase “o turismo não vai durar para sempre e está a destruir os nossos estilos de vida”, 27% (41) dos indivíduos discordam, 22% (33) concordam; 17% (25) dos indivíduos discordam totalmente da afirmação e 13% (20) concordam totalmente. 21% (32) dos inquiridos optaram pela resposta “indeciso”.

Já em relação à afirmação “tudo se transformou em lojas para turistas. É ridículo”, 39% (58) dos indivíduos mostraram concordar com a frase; 23% (34) discordam; 15% (3) concordam totalmente e 8% (12) discordam totalmente. 16% (24) dos indivíduos selecionaram a opção “indeciso”.

“Já não consigo estar descansado nas ruas do centro. Há sempre muito barulho e é inseguro”. Sobre esta frase, compreendemos que 52% (79) dos inquiridos discordam e, por isso, não se identificam; 17% (25) discordam totalmente; 13% (20) concordam; 3% (5) concordam totalmente. 14% (21) dos indivíduos optaram pela resposta “indeciso” e 0,7% (1) optou por selecionar a opção “não sabe/não responde”.

Relativamente à frase “Nós, os residentes, perdemos os espaços públicos”, 40% (60) dos inquiridos discordam da afirmação; 25% (37) concordam. 15% (23) dos inquiridos discordam

totalmente; 6% (9) concordam totalmente. 14% (21) dos inquiridos optaram pela resposta “indeciso” e 0,7% (1) selecionaram a resposta “Não sabe/não responde”.

“Não recebemos turistas que queiram conhecer o modo de vida dos residentes. Eles querem passar de loja em loja a consumir constantemente”: 39% (58) dos inquiridos discordam da frase acima mencionada; 25% (37) dos inquiridos concordam; 15% (22) discordam totalmente e 6% (9) concordam totalmente. 16% (24) dos indivíduos responderam “indeciso” e 0,7% (1) respondeu “Não sabe/não responde”.

Quanto à afirmação “Não há comércio tradicional e os preços estão a subir” 39% (59) dos inquiridos concordam; 18% (27) discordam; 13% (19) concordam totalmente e 10% (15) discordam totalmente. 20% (30) dos inquiridos mostraram-se indecisos perante esta afirmação e 0,7% (1) optou pela resposta “Não sabe/não responde”.

A última frase colocada aos inquiridos relaciona-se com o aumento dos preços habitacionais: “é impossível pagar uma renda no centro da cidade”. 54% (81) dos indivíduos mostram concordar totalmente com a afirmação, 29% (44) concorda; 6% (9) dos inquiridos discordam da frase e 0,7% (1) discorda totalmente. 11% (16) dos elementos mostraram-se indecisos.

De forma a comparar as respostas dos inquiridos, como foi feito anteriormente, com as suas atividades profissionais, tentamos compreender, uma vez mais, se as opiniões dos trabalhadores no turismo se diferenciam das dos que não trabalham na área do turismo (*testes t* para duas amostras independentes $> 0,05$).

Desta forma, como podemos analisar no quadro seguinte, compreende-se que os indivíduos que não trabalham diretamente com o turismo concordam mais com as afirmações dos residentes de Barcelona do que os inquiridos que trabalham com turistas.

Tabela 23 Teste t para duas amostras independentes. Relação entre a atividade profissional e a reação às frases dos residentes de Barcelona.

	Exerce alguma atividade profissional que envolva o contacto direto com turistas	N	Média	Desvio Padrão	Erro Padrão da Média
"Isto não é uma cidade para se viver. É um parque temático".	Sim.	55	2,31	1,215	,164
	Não	96	2,70	1,339	,137
"A massificação do turismo significa que viver aqui, para os residentes, torna-se intolerável".	Sim.	55	2,53	1,245	,168
	Não	96	3,13	1,316	,134
"O turismo não vai durar para sempre e está a destruir os nossos estilos de vida".	Sim.	55	2,64	1,296	,175
	Não	96	3,02	1,281	,131
"Tudo se transformou em lojas para turistas. É ridículo".	Sim.	55	3,15	1,268	,171
	Não	96	3,40	1,165	,119
"Já não consigo estar descansado nas ruas do centro. Há sempre muito barulho e é inseguro".	Sim.	55	2,31	1,136	,153
	Não	96	2,40	1,010	,103
"Nós, os residentes, perdemos os espaços públicos".	Sim.	55	2,49	1,275	,172
	Não	96	2,79	1,160	,118
"Não recebemos turistas que queiram conhecer o modo de vida dos residentes. Eles querem passar de loja em loja a consumir constantemente".	Sim.	55	2,40	1,314	,177
	Não	96	2,89	1,094	,112
"Não há comércio tradicional e os preços estão a subir".	Sim.	55	2,96	1,261	,170
	Não	96	3,47	1,142	,117
"É impossível pagar uma renda no centro da cidade".	Sim.	55	4,18	,945	,127
	Não	96	4,35	,917	,094

Fonte: elaboração própria.

e) Três impactos negativos que o turismo trouxe à sua vida

Durante o inquérito pedimos aos indivíduos que descrevessem, de forma concreta, clara e concisa, três impactos negativos que o turismo tenha induzido às suas vidas.

Com base nas respostas dos 151 inquiridos, categorizamos as respostas.

Compreendemos que 19% (28) dos elementos que responderam à questão indicam o aumento do custo de vida como um dos principais impactos negativos. 17% (26) dos indivíduos enumeram a sobrelotação dos serviços como fator condicionante e 12% (18) considera o aumento do preço habitacional como um impacto negativo na sua vida. Depois as questões mais mencionadas relacionam-se com o trânsito (9%) e com o ruído (7%).

Tabela 24 Impactos negativos do turismo na vida dos inquiridos.

		Respostas		Percentagem de casos
		N	Percentagem	
Três impactos negativos	Trabalho precário	2	1,3%	2,4%
	Aumento do custo de vida	28	18,8%	32,9%
	Aumento da poluição	3	2,0%	3,5%
	Sentimento de perda dos espaços públicos	3	2,0%	3,5%
	Prioridade ao turista em prejuízo do morador	12	8,1%	14,1%
	Aumento do preço habitacional	18	12,1%	21,2%
	Ruído	11	7,4%	12,9%
	Trânsito	14	9,4%	16,5%
	Insegurança	8	5,4%	9,4%
	Redução da oferta imobiliária	4	2,7%	4,7%
	Gentrificação	5	3,4%	5,9%
	Sobrelotação dos serviços	26	17,4%	30,6%
	Aumento do trabalho não qualificado	1	0,7%	1,2%
	Demasiados turistas	4	2,7%	4,7%
	Excesso de obras	1	0,7%	1,2%
	Perda da identidade da cidade	4	2,7%	4,7%
	Encerramento do comércio tradicional	4	2,7%	4,7%
	Precariedade dos acessos	1	0,7%	1,2%
Total		149	100,0%	175,3%

Fonte: elaboração própria.

f) Três impactos positivos que o turismo trouxe à sua vida

Nesta questão pedimos exatamente o mesmo que na questão anterior, só que pedimos aos inquiridos que enumerassem três impactos positivos relativos ao turismo na sua vida. Fizemos exatamente o mesmo, ou seja, categorizamos as respostas com o intuito de facilitar a interpretação dos dados.

Quanto às respostas dos inquiridos compreendemos então que um dos impactos positivos mais abordado se prende com o desenvolvimento económico (12%). O aumento dos postos de trabalho surge também no topo da lista dos impactos positivos mais mencionados: 12% (34).

11% (30) dos inquiridos mencionaram a reabilitação urbana do centro do Porto como um impacto positivo do turismo e 11% (29) dos indivíduos referiram que a interação com os turistas é um impacto positivo do turismo. 10% (28) mencionaram ainda o aumento da oferta cultural.

É importante mencionar que uma das respostas com maior frequência de resposta foi “nenhum”, mostrando assim que 41 inquiridos acreditam que o turismo não trouxe qualquer impacto positivo à sua vida.

Tabela 25 Impactos positivos do turismo na vida dos inquiridos.

		Respostas		Percentagem de casos
		N	Percentage m	
Três impactos positivos	Nenhum	41	14,9%	27,2%
	Interação com os turistas	29	10,5%	19,2%
	Reabilitação urbana	30	10,9%	19,9%
	Aumento da oferta cultural	28	10,1%	18,5%
	Diminuição de preconceitos	2	0,7%	1,3%
	Desenvolvimento económico	34	12,3%	22,5%
	Aumento da oferta dos serviços	16	5,8%	10,6%
	Segurança	10	3,6%	6,6%
	Aumento dos postos de trabalho	34	12,3%	22,5%
	Valorização da cidade	20	7,2%	13,2%
	Aumento da limpeza das ruas	3	1,1%	2,0%
	Vivacidade da cidade	22	8,0%	14,6%
	Melhoramento dos acessos	4	1,4%	2,6%
	Melhor qualidade de vida	2	0,7%	1,3%
	Aumento dos salários	1	0,4%	0,7%
Total		276	100,0%	182,8%

Fonte: elaboração própria.

g) Concordam os residentes/ trabalhadores do centro do Porto com o desenvolvimento do turismo na cidade?

Esta questão era aberta, onde embora apenas se pedisse ao inquirido que respondesse sim ou não, havia espaço para que os indivíduos pudessem argumentar e defender as suas opiniões sobre o turismo na cidade do Porto (que, como vamos ver a seguir, foi o que aconteceu).

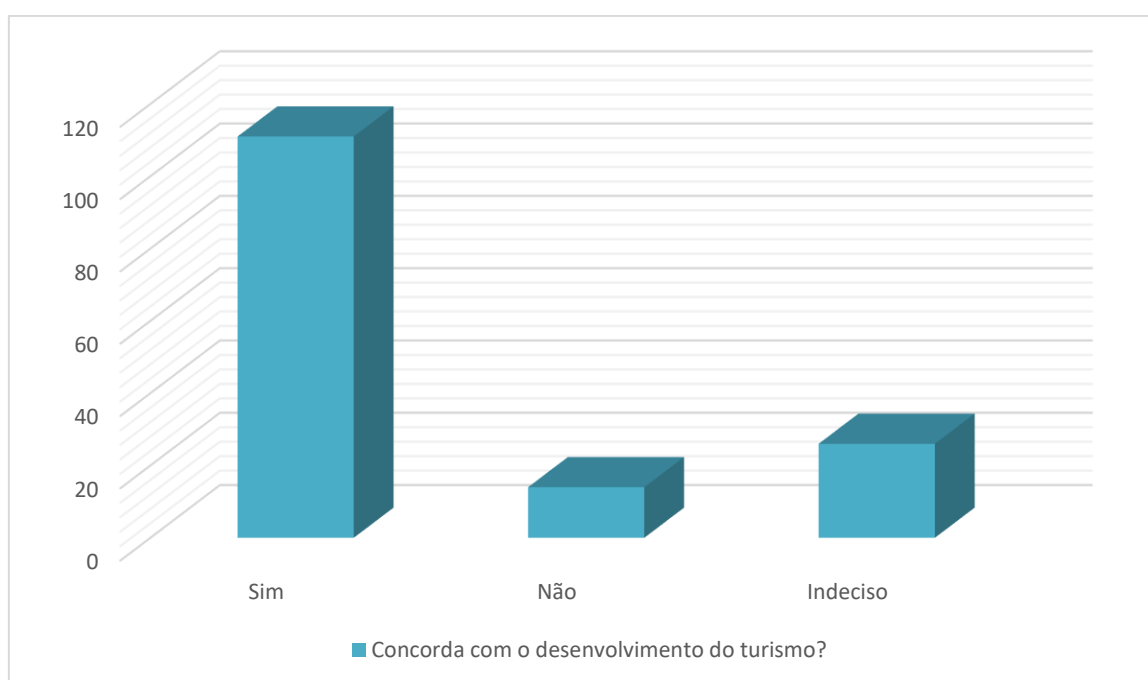
Numa primeira análise vamos aqui apresentar os dados das respostas diretas: 74% (111) dos inquiridos afirmou concordar com o desenvolvimento do turismo; 9% (14) discordam do desenvolvimento desta atividade. 17% (26) dos inquiridos mostraram-se indecisos, revelando que não concordam nem discordam ou que não têm opinião formada sobre esta questão.

Tabela 26 Nível de satisfação face ao desenvolvimento do turismo no Porto.

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem cumulativa
Válido	Sim	111	73,5	73,5	73,5
	Não	14	9,3	9,3	82,8
	Indeciso	26	17,2	17,2	100,0
	Total	151	100,0	100,0	

Fonte: elaboração própria.

Gráfico 9 Nível de satisfação dos inquiridos face ao desenvolvimento do turismo no Porto.



Fonte: Elaboração própria.

Com a intenção de compreender se as respostas a esta questão estavam, de alguma forma, relacionadas com a atividade profissional do agregado familiar do inquirido, fizemos um teste t para duas amostras independentes $> 0,05$ e compreendemos que de facto, os inquiridos que têm membro do agregado familiar a trabalhar no turismo concordam mais com o desenvolvimento desta atividade do que os outros indivíduos, tal como podemos confirmar no seguinte quadro:

Tabela 27 Testes t para duas amostras independentes. Relação entre a atividade profissional dos membros do agregado com as respostas fornecidas

	Alguém no seu agregado familiar exerce alguma atividade profissional no setor do turismo	N	Média	Desvio Padrão	Erro Padrão da Média
Concorda com o desenvolvimento do turismo na cidade do Porto?	Sim. Qual?	26	1,54	,811	,159
	Não	125	1,42	,764	,068

Fonte: elaboração própria.

Tal como supra mencionamos, nesta última resposta reparamos que vários inquiridos responderam mais do que “sim”, “não” e “indeciso”. Vários indivíduos deram a sua opinião sobre o turismo na cidade do Porto e nós consideramos relevante expor aqui algumas das respostas que analisamos. Desta forma e com o intuito de enriquecer o trabalho, vamos citar algumas das respostas com a finalidade de aqui expor as reais opiniões dos residentes com base nas suas respostas espontâneas:

“É algo que realmente me enche de orgulho, ver a cidade do Porto reconhecida internacionalmente, mas será que não deverá haver um maior controlo sobre os estabelecimentos turísticos? Como será o dia seguinte quando esta epidemia acabar?”

28 anos, sexo masculino, ensino secundário.

“Concordo totalmente que o turismo ajuda a economia portuguesa e o desenvolvimento do país, mas esse desenvolvimento só favorece um número muito reduzido de pessoas. Enquanto o salário mínimo for menor do que o valor do arrendamento de um T1 no centro do Porto, o Porto continuará a ser só para turistas”.

25 anos, sexo masculino, licenciatura.

“Concordo, mas tem de ser controlado. Chega de hotéis, invistam na população do Porto”.

25 anos, sexo feminino, mestrado.

“Concordo, de forma controlada e sustentável de modo a preservar a identidade cultural da cidade”.

33 anos, sexo feminino, mestrado.

“Estamos a chegar a um ponto limite em que não pode ser possível receber mais turistas, mas no geral o turismo tem contribuído para a revitalização da cidade e para a recuperação dos espaços que estavam degradados. Além disso criou novos postos de emprego. Claro que isto tem um preço, mas a cidade estava muito pior há seis ou sete anos atrás.”

24 anos, sexo feminino, licenciatura.

“Concordo, apesar de que este aumento do turismo devia ser controlado e regulado, tendo em conta as condições de trabalho dos portuenses”.

22 anos, sexo feminino, ensino básico.

“Deviam ser criadas medidas de proteção na questão dos arrendamentos, à semelhança do eu aconteceu em Berlim; apenas é possível arrendar quartos no Airbnb, ao invés de casas inteiras. O turismo tem um impacto positivo até ao momento em eu influencia negativamente a vida dos habitantes da mesma”.

24 anos, sexo feminino, mestrado.

“Não concordo. Devia ser mais sustentável e haver maior controlo, principalmente no negócio dos arrendamentos”.

25 anos, sexo feminino, mestrado.

“O crescimento do turismo pode permitir um grande desenvolvimento da cidade, porém, apenas posso concordar com este crescimento com planeamento e com a defesa constante dos residentes”.

26 anos, sexo masculino, mestrado.

“Preferia que fossem tomadas medidas de desenvolvimento sustentável”.

28 anos, sexo feminino, licenciatura.

“Sim, concordo. Mas tem que haver controlo dos preços”.

40 anos, sexo feminino, licenciatura.

“Concordo plenamente com o desenvolvimento do turismo, mas os preços praticados têm de ser de acordo com os nossos rendimentos”.

29 anos, sexo masculino, ensino secundário.

“Concordo. O comércio tradicional já estava falido, os senhorios não conseguiam conservar os imóveis pois as rendas eram demasiado baixas, não nos era possível andar na

baixa com segurança e ninguém queria vir à baixa. Agora há mais emprego e os prédios estão a ser recuperados”.

34 anos, sexo feminino, ensino secundário.

“Concordo, mas de forma sustentável e equilibrada, o que não acontece atualmente”.

28 anos, sexo feminino, mestrado.

“É bom para a cidade. Mas não nos podemos esquecer de quem criou a cidade: os habitantes”.

21 anos, sexo feminino, ensino secundário

3.2 Apresentação e discussão dos resultados

Concluindo o que fomos observando nas últimas páginas, nota-se que a média de idades dos inquiridos é de 33 anos, a maioria dos indivíduos são do sexo feminino e as habilitações predominantes são a licenciatura e o ensino secundário.

A média de anos de residência ou trabalho no centro do Porto é de 15 anos, sendo que a 18% dos inquiridos mora ou trabalha no centro do Porto há apenas um ano. Este é um fator interessante e pode estar condicionado devido ao tamanho reduzido da amostra. No entanto, podemos prever que existe uma “renovação” dos residentes simultânea ao desenvolvimento do turismo.

Sendo que preferimos recolher uma amostra no centro histórico do Porto, compreende-se que 69% dos inquiridos residam ou trabalhem na União de freguesias do centro histórico do Porto, considerando ainda os restantes inquiridos como válidos para a nossa amostra por pertencerem a freguesias muito próximas da anteriormente mencionada.

Conforme reparamos em Guerreiro M. M., Mendes, Valle e Silva (2008) e Andereck, Vogt, Knopf, e Vogt (2005) a percepção das comunidades recetoras face aos impactos do turismo está diretamente associada à experiência pessoal dos indivíduos. Desta forma, segundo os autores, quando o turismo beneficia de alguma forma a vida de determinado membro da comunidade, a sua atitude perante o turismo e o turista acaba por ser positiva. Os autores mostram ainda que o facto destes indivíduos considerarem o turismo como um aspeto fundamental e de concordarem com o seu desenvolvimento, não implica que estes estejam totalmente alheados a algumas questões problemáticas.

Por considerarmos esta relação importante, analisamos os impactos e confirmamos que, na sua generalidade, os indivíduos que estão associados ao turismo são os que têm, efetivamente, uma postura mais positiva face aos impactos da atividade. Importa concluir que da nossa amostra apenas 36% trabalha diretamente com turistas e que, embora se confirme a teoria anteriormente apresentada, não existe uma diferença muito significativa na média de repostas entre os trabalhadores do turismo e os outros inquiridos.

De forma a esclarecer e conforme se pode confirmar com as frases citadas na página anterior, muitos dos residentes que na questão final assumiram concordar com o desenvolvimento do turismo na cidade do Porto acabaram por completar a sua resposta com frases que demonstram a sua preocupação com o crescimento veloz do setor.

Por fim resta analisar as hipóteses: 1) *os residentes do centro histórico do Porto, face ao recente desenvolvimento do turismo, não têm a perceção dos impactos negativos desta atividade*. Podemos invalidar esta hipótese visto que os resultados dos inquéritos demonstram que existe de facto uma preocupação com alguns assuntos. Compreendemos então que 40% dos indivíduos concorda que o ruído aumentou com o desenvolvimento do turismo; 34% afirma que o turismo tem sido prejudicial à qualidade de vida da comunidade e 34% concorda que o turismo tenha motivado a saída dos residentes do centro histórico do Porto. Por outro lado, importa mencionar que as questões associadas à segurança demonstram que a cidade está confortável nesse aspeto visto que 44% dos inquiridos discorda que a criminalidade tenha aumentado, 40% discorda que as questões associadas à prostituição tenham sido agravadas com o aumento do turismo e 36% dos inquiridos discorda que o consumo de droga tenha aumentado.

2) *a perceção dos residentes face aos impactos do turismo varia consoante a dependência do inquirido ou de alguém do seu membro do agregado familiar da atividade turística*. Como vimos nas linhas anteriores, confirmamos esta hipótese muito embora a média das repostas dos indivíduos que dependem do turismo não seja drasticamente diferente das dos restantes inquiridos.

4. Proposta de desenvolvimento turístico sustentável do centro histórico do Porto

Com base na revisão de literatura apresentada nos capítulos anteriores, compilando os dados relevantes retirados do inquérito implementado aos residentes e trabalhadores do centro histórico no Porto, pretendemos nas próximas linhas apresentar uma proposta de desenvolvimento sustentável que foque, essencialmente, aspetos socioculturais.

4.1 A relevância da compreensão dos impactos do turismo

Cunha e Cunha (2005) mostram que a intensidade dos impactos do turismo (sejam eles positivos, negativos ou ambos) dependem da forma como os órgãos locais são organizados e se empenham para alcançar metas relativas à melhoria dos padrões de vida dos locais, da competitividade e da proteção e preservação da cultura e do ambiente. Segundo os mesmos autores, apesar do potencial de desenvolvimento do turismo em todos os níveis e à escala global, existem poucos estudos sobre modelos para avaliar o impacto local do turismo.

Precisamente sobre esta temática dos indicadores dos impactos turísticos, relembramos os autores que citamos no capítulo subordinado ao tema do turismo sustentável, compreendendo e concluindo que a definição concreta de indicadores de sustentabilidade em contexto turístico e a sua monitorização são fundamentais para a construção efetiva de modelos sustentáveis, no entanto Miller e Twining-Ward (2006) mostram que embora alguns pequenos passos tenham sido tomados na direção certa, a pesquisa sobre indicadores de turismo sustentável é muito restrita.

Cunha e Cunha (2005) mostram que os modelos mais conhecidos e abordados para medir os impactos do turismo são aqueles que avaliam o impacto económico local com base em números relativos a empregos e receitas. No entanto, os autores acreditam que estes modelos não são capazes de avaliar, além dos impactos económicos, a influência positiva ou negativa do turismo nos aspetos ambientais, sociais e culturais.

Sabendo que a maior lacuna na compreensão dos impactos do turismo prende-se aos aspetos socioculturais, direcionamos o nosso inquérito sobretudo para esses aspetos

a) Aspectos fundamentais para a elaboração de uma proposta de desenvolvimento turístico sustentável

Compreendemos, com base nos autores estudados e na análise dos resultados alcançados com o inquérito aplicado, que o que se pretende num destino sustentável prende-se essencialmente com o envolvimento da comunidade no turismo, fazendo com que os residentes de determinado destino se sintam parte integrante do projeto turístico aplicado ao local, com o fortalecimento da relação empática entre turistas e a comunidade local (esta interação, como vimos, parece ser extremamente importante para os residentes e trabalhadores do centro do Porto). Compreendemos também que outros aspetos importantes para o bem-estar comum passa pela consciencialização dos turistas sobre hábitos, costumes e cuidados cívicos e ambientais, pela criação e fortalecimento do sentido de comunidade e pela facilitação do acesso a meios financeiros para projetos que surjam dentro da comunidade recetora e que tenham como base aspetos sustentáveis.

Kernel (2005)⁴ considera que para a elaboração de um modelo de desenvolvimento sustentável são essenciais vários processos, nomeadamente: 1. Configuração de problemas, diagnóstico do problema e busca conjunta de informações; 2. Definição de direção, obtenção de consenso político e de uma solução acordada por todas as partes; 3. Estruturação, ratificação de acordos e de planos de implementação.

Desta forma, seguindo a lógica das linhas anteriores, para que possamos fazer o “desenho” de uma proposta de desenvolvimento importa haver a consciência de quais os principais impactos negativos e positivos na perspetiva da comunidade. Assim, vamos basear-nos nas respostas dadas pelos inquiridos com o intuito de sermos pertinentes nas nossas análises e conclusões.

⁴ Baseado em Gray B. Collaborating: finding common ground for multiparty problems. San Francisco: Jossey-Bass Publishers; 1989

b) Fatores a ter em conta no caso específico do centro histórico do Porto

De forma a poder compreender quais os impactos que, atualmente, se fazem sentir na comunidade do centro histórico do Porto, vamos estruturar a proposta de desenvolvimento com base nas respostas dadas pelos inquiridos nas perguntas de resposta aberta, onde se pedia aos indivíduos que enumerassem três impactos positivos e três impactos negativos do desenvolvimento do turismo. Desta forma, ao utilizarmos aspetos enumerados livremente pelos inquiridos consideramos chegar mais perto daquelas que são as reais preocupações da população em questão.

Assim, consideramos a seguinte tabela:

Tabela 28 Impactos do desenvolvimento do turismo no centro do Porto.

Impactos positivos	Impactos negativos
Desenvolvimento económico	Aumento do custo de vida
Aumento dos postos de trabalho	Sobrelotação dos serviços
Reabilitação urbana	Aumento do preço habitacional
Interação com os turistas	Aumento do trânsito
Aumento da oferta cultural	Aumento do ruído
Impactos positivos com menor frequência	Impactos negativos com menor frequência
Aumento da oferta dos serviços	Aumento do trabalho precário
Diminuição dos preconceitos	Sentimento de perda dos espaços públicos
Segurança	Prioridade ao turista em prejuízo do residente
Valorização da cidade	Insegurança
Mais limpeza	Gentrificação
Melhores acessos	Perda da identidade da cidade

Fonte: elaboração própria.

Com base nos dados expostos na tabela anterior podemos avançar para a proposta de desenvolvimento sustentável, tendo sempre como principais objetivos a maximização dos impactos positivos e a minimização dos negativos.

c) Elaboração da proposta de desenvolvimento turístico sustentável aplicado ao caso do centro histórico do Porto

As medidas que vamos, de seguida, propor, surgem com base naqueles que consideramos serem os principais problemas no momento associados ao turismo no centro histórico do Porto.

Desta forma, voltamos a citar Kernel (2005) e avançar com as primeiras etapas sugeridas pelo autor para a criação do modelo: “Configuração de problemas, diagnóstico do problema e busca conjunta de informações”. Os problemas são os impactos negativos, as principais questões e com maior dimensão são as que estão assinaladas com maior frequência. Com base nestes e sempre tendo em atenção aos impactos positivos, vamos livremente construir uma tabela que contém 10 medidas por nós propostas para que o turismo no centro do Porto seja mais sustentável e, acima de tudo, mais justo.

Acreditamos que as medidas apresentadas surtem mais efeito se forem preventivas e não reativas. Importa acrescentar que estas medidas visam essencialmente a integração e o envolvimento da comunidade portuguesa no projeto turístico da cidade. Cremos que uma comunidade que se sinta parte integrante do desenvolvimento do turismo vai ter uma perceção do mesmo desenvolvimento mais positiva e, conseqüentemente, vai proporcionar ao turista uma experiência mais feliz.

Tabela 29 Medidas para a proposta de desenvolvimento sustentável.

Medidas propostas	Objetivo	Grupo-alvo
1) Regulamentação do alojamento local e de unidades hoteleiras	Controlar o arrendamento a curto prazo, permitindo fixar os portuenses no centro;	Residentes e turistas;
2) Apoio à fixação de portuenses no centro histórico;	Controlar a gentrificação;	Residentes e turistas;
3) Apoio à manutenção e desenvolvimento do comércio tradicional;	Manter viva a tradição comercial do centro da cidade;	Residentes, comerciantes e turistas;
4) Criação de sinergias consistentes com pequenos negócios locais;	Distribuir de forma mais justa os rendimentos dos turistas;	Empresários do turismo, comerciantes e turistas;
5) Consciencialização dos turistas para os hábitos e costumes da comunidade portuense;	Permitir uma aproximação entre os dois grupos e fomentar um maior respeito mútuo;	Residentes, comerciantes e turistas;
6) Implementação de taxas turísticas;	Com os lucros das taxas fazer investimento em prol da comunidade residente;	Turistas, residentes e comerciantes;
7) Adoção de cartões de desconto para residentes em estabelecimentos;	Controlar o aumento do custo de vida, permitindo que a comunidade possa manter a qualidade de vida;	Residentes e comerciantes;
8) Apoio à comunidade para a criação de novos negócios;	Apoiar e investir na iniciativa local desde que os projetos visem a inclusão da comunidade;	Residentes e comerciantes;
9) Aumento da linha de transportes públicos;	Controlar a sobrelotação nos transportes;	Residentes, moradores, turistas, outros.
10) Policiamento frequente;	Manter os níveis de segurança e assegurar que as zonas com habitação não são prejudicadas pelo ruído durante a noite;	Residentes e turistas.

Fonte: elaboração própria.

- 1) **Regulamentação do arrendamento local e de unidades hoteleiras:** a regulação os alojamentos locais não é novidade, visto que esta medida foi já discutida e aplicada em Barcelona. Em Portugal, foram já discutidas e entregues propostas de diferentes partidos políticos com o intuito de se atingir o melhor modelo a aplicar, principalmente nas zonas consideradas mais problemáticas como Lisboa e Porto. Consideramos que a proposta mais recente, apresentada pelo Bloco de Esquerda pode ser a mais vantajosa visto que a medida efetiva passa pela implementação de quotas de habitação, com o objetivo de em determinados locais das cidades não haver mais de x frações dedicadas ao alojamento local, promovendo alojamentos permanentes. O partido político propôs ainda que sejam definidos níveis máximos de densidade de alojamento local, principalmente em zonas de maior pressão turística (Relvas, 2017). Embora o foco destas medidas já pensadas e discutidas seja apenas a questão dos alojamentos locais, consideramos pertinente um controlo mais eficaz sobre a construção de outras tipologias turísticas, nomeadamente hotéis e hosteis que, no contexto do centro histórico do Porto, ganham forma em edifícios habitacionais. O nosso principal objetivo com a proposta desta medida prende-se com a dificuldade de, nos dias de hoje, os residentes do Porto se fixarem no centro da cidade: primeiro porque há pouca oferta imobiliária para arrendamento permanente e depois porque os preços praticados são, muitas vezes, superiores ao ordenado mínimo português. O nosso objetivo é então fazer com que o centro histórico do Porto possa continuar a ser habitado por portuenses.
- 2) **Apoio à fixação de portuenses no centro histórico:** a comunicação social relata casos de pressão por parte de empresários e os seus respetivos advogados que convidam residentes e comerciantes a sair da sua casa ou do seu local de trabalho porque pretende investir para a criação de projetos turísticos. A questão é que sabemos, com base nas respostas fornecidas pelos nossos inquiridos, que os preços das rendas têm subido drasticamente e que a oferta imobiliária para arrendamento a longo prazo tem diminuído significativamente. Nós consideramos ser da maior importância que se priorize a comunidade residente e, para que tal aconteça, é necessário criar condições

para fixar os portuenses no centro da cidade. Desta forma, propomos que haja apoios por parte das freguesias e municípios a todos os senhorios que queiram reabilitar os seus edifícios, mas que mantenham os seus inquilinos de sempre. Consideramos pertinente que haja um fundo municipal que contribuía financeiramente para a reabilitação dos prédios, mas que as rendas se mantenham praticamente inalteradas e que se priorize sempre o arrendamento a longo prazo.

Esta é uma medida que consideramos extremamente relevante por apelar à dignidade daqueles que fizeram do Porto aquilo que ele representa nos dias de hoje.

- 3) **Apoio à manutenção e desenvolvimento do comércio tradicional:** O comércio tradicional caracteriza os lugares, entusiasma e fascina turistas e, essencialmente, é a fonte do rendimento de muitas famílias. Com o crescimento da atividade turística a concorrência começa a crescer drasticamente e surgem grandes empresas em modo de franchising que acabam por abalar o comércio tradicional. Desta forma, consideramos pertinente a criação de equipas (que sugerimos serem compostas por alunos universitários) que se dediquem ao apoio dos comerciantes para a inovação dos espaços e adaptação aos tempos de hoje (criação de redes sociais, elaboração de cartazes, nova decoração dos espaços, etc.). Consideramos ainda justo que os comerciantes locais tenham benefícios quer fiscais quer ao nível do pagamento do estacionamento. O objetivo é manter a cidade com as suas características típicas e dar oportunidade aos pequenos negócios de sobreviverem à brusca concorrência a que se assiste nos dias de hoje.
- 4) **Criação de sinergias consistentes com pequenos negócios locais:** como sugerem os teóricos do turismo comunitário, o ideal num destino é que os rendimentos associados ao turismo beneficiem toda a comunidade. Compreendemos que esta distribuição será sempre injusta, face aos grandes investimentos privados, mas a medida que aqui propomos pode surgir como uma alternativa eficaz para o bem comum da comunidade do centro histórico do Porto. Assim sendo, propomos que todas as empresas de alojamento turístico (quer proprietários de alojamento local, quer entidades hoteleiras como hotéis, hostels e operadoras turísticas) adotem uma política de criação de sinergias com pequenos negócios (cafés, restaurantes, lojas, supermercados)

indicando esses estabelecimentos aos turistas, referenciando-os positivamente. O objetivo é, além da distribuição dos rendimentos turísticos, um sentimento generalizado de felicidade face ao desenvolvimento turístico. Consideramos importante que a comunidade compreenda que o turismo pode, efetivamente, ser importante para a cidade e para os grandes negócios, mas que também pode ser proveitoso para os pequenos estabelecimentos. Esta medida além de visar os comerciantes, visa também a satisfação do turista que, certamente, sairá mais enriquecido da sua viagem se mantiver o contacto direto com os proprietários e empregados destes pequenos negócios.

5) **Consciencialização dos turistas para os hábitos e costumes da comunidade portuense;** O Porto afirma-se cada vez mais como um destino cultural, repleto de identidade e de magia própria. No entanto, o Porto não deixa de ser um destino *low-cost* que atrai pelos seus preços baixos. O que acontece é que alguns residentes sentem que os turistas não nutrem interesse pelos hábitos do portuense. Consideramos, então, extremamente importante que as unidades hoteleiras eduquem os seus turistas e que disponibilizem informação sobre os costumes dos residentes do Porto. Esta informação vai enriquecer a viagem do turista e vai contribuir para uma relação ainda mais positiva entre turistas e residentes.

6) **Implementação de taxas turísticas:** esta é uma medida que já foi discutida e apresenta pelo atual presidente da câmara do Porto, no entanto não deverá ser posta em vigor até o início do próximo mandato municipal. A taxa proposta é a de 2euros por noite e “deve ser utilizada na aquisição de património a disponibilizar aos munícipes e não se esgota na habitação social” (Paulo, 2017).

Concordamos com a medida do atual presidente da câmara do Porto e consideramos da maior pertinência que os rendimentos desta taxa sejam utilizados para fixar residentes a longo prazo no centro histórico do Porto, não concordando com a construção de habitações na periferia porque essa medida seria, uma vez mais, a favor da gentrificação.

- 7) **Adoção de cartões de desconto para residentes utilizarem em estabelecimentos;** com o decorrer do desenvolvimento do turismo na cidade do Porto, os residentes depararam-se com um brusco aumento do custo de vida. Esta alteração afetou os hábitos diários da comunidade que se viu obrigada a parar de consumir por não conseguir acompanhar o aumento dos preços. Desta forma, propomos que sejam criadas campanhas promocionais que priorizem o residente nos pequenos estabelecimentos (restaurantes, cafés, mercados). Sabendo que será difícil comprovar que se reside ou trabalha no centro do Porto, propomos que as juntas de freguesia emitam cartões de certificação onde se comprovem os fatores mencionados e que esses cartões sejam exigidos pelos estabelecimentos aderentes.
- 8) **Apoio à comunidade para a criação de novos negócios;** consideramos ser da maior pertinência o apoio (financeiro e burocrático) à iniciativa da comunidade para a criação de pequenos/médios negócios desde que estes visem a plena integração da comunidade e que tenham como base as lógicas da sustentabilidade e da coesão social;
- 9) **Aumento da linha de transportes públicos;** esta é uma medida que, sabemos, não é fácil de implementar. No entanto, houve um grande grupo de residentes que assinalou a questão da sobrelotação dos serviços (especificando, muitas das vezes, os transportes públicos) como principal impacto negativo do turismo. Assim sendo, consideramos que as redes de autocarros, metros e comboios devem ser alargadas futuramente. Num futuro próximo consideramos ser pertinente a maior frequência de transportes com o intuito de evitar a sobrelotação.
- 10) **Policiaimento frequente;** esta é uma medida que sugerimos com a intenção de manter os níveis de segurança na cidade de forma a tranquilizar turistas, mas também os residentes. Vemos, após leitura das respostas abertas disponíveis no inquérito, que os residentes consideram que se sentem muito mais seguros agora, com o desenvolvimento do turismo do que há dez anos atrás. Consideramos que a segurança deve ser sempre garantida à comunidade e não deve ser apenas motivada pelo aumento turístico. No entanto, compreendemos que a população, na sua generalidade, está contente com este aspeto e pretendemos que tal se mantenha.

d) Análise SWOT das medidas propostas

Tabela 30 Análise swot das medidas propostas.

Sabendo que estas medidas têm, como quaisquer outras, pontos fortes e pontos fracos, optamos pela elaboração de uma análise *swot* com o intuito de conseguir compreender as forças e fraquezas desta proposta, mas também as oportunidades e as ameaças.

Pontos fortes	Pontos fracos
Melhoria da qualidade de vida da comunidade; Integração dos pequenos negócios na atividade turística; Integração da comunidade na atividade turística; Controlo do fenómeno da gentrificação; Maior justiça social; Preservação da autenticidade e da identidade cultural da cidade do Porto; Asseguração da dignidade das tradições culturais;	Dificuldades na implementação prática de algumas medidas, nomeadamente associadas às medidas 7, 8 e 9, devido aos custos que possam representar e aos aspetos burocráticos associados; Necessidade do apoio das grandes empresas; Necessidade do envolvimento ativo das juntas de freguesias e do município; Os residentes podem adotar comportamentos de “turismofobia” e não compactuarem com as medidas propostas;
Oportunidades	Ameaças
Distinção do Porto como destino sustentável; Abertura a outros segmentos do mercado deixando de considerar o Porto como destino <i>low-cost</i> ; Contribuição para atrair novos negócios direcionados para o turismo de base comunitária; Visto que o turista começa a procurar destinos culturais onde prevaleça a tradição e a identidade cultural, a distinção do Porto como destino que prioriza a comunidade pode surtir efeitos positivos no desenvolvimento da atividade turística;	A regulação dos alojamentos locais pode diminuir a procura turística; Uma maior regulação pode desincentivar o investimento; A regulação pode surtir efeitos contrários, incentivando os proprietários a não registarem os seus imóveis como sendo para fins turísticos; Com a implementação das taxas turísticas e a redução dos alojamentos locais o turista pode optar por outros destinos mais acessíveis;

5. Limitações da investigação

Como toda e qualquer investigação, a que aqui apresentamos apresenta limitações. O curto tempo de espaço previsto para a realização do trabalho, a opção estratégica de não alargar muito a amostra para ser possível o tratamento atempado dos dados, entre outros fatores apresentam-se como fatores condutores às limitações que apresentamos de seguida.

O facto de os últimos censos serem referentes ao ano de 2011 e sabendo que nestes seis anos a cidade mudou drasticamente surge como uma limitação, visto que nos baseamos em números de habitantes que sabemos poderem estar desatualizados.

Consideramos que uma das principais limitações desta investigação se prende com o tamanho reduzido da amostra. Acreditamos que com uma amostra maior as conclusões poderiam ser ainda mais relevantes e poderiam ilustrar de forma mais verdadeira a realidade dos residentes do centro histórico do Porto.

Sendo que está é uma questão em discussão a nível europeu e nacional, consideramos que poderia ter sido fundamental a realização de entrevistas a várias entidades com o intuito de compreender as diferentes posições e de saber se estão a ser pensadas medidas para minimizar os impactos negativos do turismo no Porto.

Por fim importa mencionar que durante a realização do trabalho foi existindo uma constante atualização da informação relativa à temática em estudo e, por isso, tornou-se complicado atualizar o documento ao ritmo da evolução da discussão da questão do desenvolvimento do turismo e da luta pela sua aplicação de forma sustentável.

6. Linhas de investigação futura

Consideramos pertinente que, no futuro, se possa fazer uma análise comparativa entre Porto e outras cidades europeias, incluindo Lisboa, Barcelona e Veneza, com o intuito de compreender e analisar o ponto da situação da cidade portuense.

Acreditamos ser do maior interesse aprofundar a proposta de desenvolvimento sustentável com a criação de indicadores de desenvolvimento sustentável aplicado ao caso específico da cidade do Porto e sugerir ainda medidas de controlo e monitorização frequentes desses mesmos indicadores, de forma a ser possível compreender e analisar o ponto da situação e, dependendo das conclusões retiradas, alterar os planos de desenvolvimento e aplicar medidas eficazes que visem a constante preocupação com a comunidade residente.

Outra possibilidade para investigação no futuro está relacionada com o momento de investigação: durante o corrente ano surgiram e estão a surgir dia após dia mais informações, mais contestação e maior sensibilização para os impactos socioculturais do turismo o caso específico do Porto. Desta forma, acreditamos que possam ainda surgir mais materiais interessantes e, acima de tudo, acreditamos que as perceções dos residentes face aos impactos da atividade turística estão apenas agora a sofrer alterações. Seria, por isto, interessante, compreender a evolução das opiniões dos residentes numa fase mais avançada do desenvolvimento turístico no centro histórico do Porto.

7. Conclusão

Como vimos, este trabalho propõe uma reflexão entre o crescimento do turismo no centro histórico do Porto e o fenómeno da gentrificação que tem tomado de assalto as ruas da cidade portuense. Desta forma, como fomos demonstrando ao longo destas páginas, é necessário compreender o antagonismo face ao desenvolvimento do turismo no Porto, avaliando as perspetivas dos residentes.

Assim, propusemo-nos a inquirir os residentes e trabalhadores do centro histórico do Porto com o intuito de compreender quais as suas opiniões sobre o desenvolvimento desta atividade. Aquilo que concluímos através da nossa amostra de 151 pessoas foi que as opiniões ainda se dividem bastante.

Se, por um lado, 74% dos inquiridos dizem concordar com o desenvolvimento do turismo na cidade do Porto, 83% dos mesmos indivíduos afirmam ser impossível pagar uma renda no centro histórico da cidade. Da mesma forma que 81% dos inquiridos concordam que o turismo impulsionou a criação frequente de atividades culturais, 60% admite que o turismo é responsável pela saída de muitos dos residentes do centro histórico.

Compreende-se assim que a comunidade portuense começa a questionar-se sobre a ética do crescimento turístico, mas que admite que este “boom” foi fundamental para melhoria de aspetos principalmente relacionados com a segurança, a limpeza e a dinamização da cidade. Como vemos, as opiniões dividem-se e é, ainda, difícil encontrar um consenso. No entanto, como mostramos, verificamos que é comum que os indivíduos que trabalham no turismo tendem a responder de forma mais positiva, encarando com menor preocupação os impactos negativos do setor.

Assim, compreende-se que com o intuito de compreender a possibilidade do crescimento turístico em harmonia com a preservação da identidade cultural, surge a proposta de desenvolvimento sustentável da atividade turística focalizado na dimensão social, com a finalidade de envolver a comunidade e de a manter nos locais de onde são oriundos.

Esta proposta de desenvolvimento sustentável vai de encontro a valores que consideramos muito relevantes, tais como a justiça social e a inclusão da comunidade no

projeto turístico da cidade. Acreditamos, assim, que a aplicação de medidas semelhantes às que aqui fomos expondo, podem contribuir para a criação de um maior número de sinergias que envolvam pequenos negócios e de projetos que visem a contribuição ativa da sociedade. Desta forma, através do estudo que fizemos, podemos admitir que a população ficará mais feliz com o desenvolvimento do turismo, passará a nutrir um afeto maior pelo turista e, conseqüentemente, o turista sairá mais satisfeito da sua experiência no Porto.

Desta forma, mostramos que deve haver uma resistência política às pressões imobiliárias e consideramos fundamental que se priorize sempre o residente e que se assegure, incondicionalmente, o bem-estar da comunidade. cremos que só assim se atingirá uma estrutura social capaz de sustentar os elevados números turísticos que o Porto tem conquistado.

Referências bibliográficas

- Aghajani, S. (2007). The Relationship between Tourism and Environment. pp. 39-41.
- Aires, J. D. (2011). O modelo Irridex de Doxey: Breves considerações acerca de sua aplicação em Ponta Negra (Natal-RN). *RITUR-Revista Iberoamericana de Turismo*, pp. 23-33.
- Ambitur. (2 de Outubro de 2015). *Turismo urbano com crescimento acelerado*. Obtido de Ambitur: <http://www.ambitur.pt/turismo-urbano-com-crescimento-acelerado/>
- Andereck, L. K., Vogt, A., Knopf, & Vogt. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of tourism research*, pp. 1056-1076.
- Araújo, G. P., & Gelbcke, D. (2008). turismo comunitário: uma perspectiva ética e educativa de desenvolvimento. *Turismo-Visão e Ação*.
- Ardahaey, F. T. (2011). Economic impacts of tourism industry. *International Journal of Business and Management*, pp. 208-209.
- Ashworth, G. &. (2011). Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes. *Tourism Management*, pp. 1-15.
- Balasubramanian, D. (2005). Sustainable tourism development. (*Doctoral dissertation, University of Wisconsin-Stout*)., pp. 7-16.
- Barbería, J. L. (6 de agosto de 2017). *Turismofobia, ciudades de alquiler*. Obtido de El País: <http://elpaissemanal.elpais.com/documentos/turismofobia/>
- Barros, V. G. (2016). Turismo em Portugal. *Fundação Francisco Manuel dos Santos*, p. 25.
- Bartholo, R., Sansolo, D., & Bursztyn, I. (2009). *Turismo de Base comunitária - diversidade de olhares e experiências brasileiras*. letra e imagem.
- Barton, A. W., & Leonard, S. (2010). Incorporating social justice in tourism planning: Racial reconciliation and sustainable community development in the Deep South. *Community Development*, pp. 298-322.
- Becker, E. (2013). The Big Idea: How Tourism Can Destroy the Places We Love. *The daily beast*.

- Berno T, & Bricker, K. (2001). Sustainable tourism development: the long road from theory to practice. *International journal of economic development*, pp. 13-14.
- Berno, T., & Bricker, K. (2001). Sustainable tourism development: the long road from theory to practice. *International journal of economic development*, pp. 1-18.
- Blackstock, K. (2005). A critical look at community based tourism. *Community Development Journal*.
- Boronyak, L., Asker, S., Carrard, N., & Paddon, M. (2010). *Effective community based tourism*. Gold Coast Campus, Griffith University QLD 4222 Australia: Sustainable Tourism Cooperative Research Centre.
- Bremner, C. (28 de janeiro de 2016). *Top 100 City Destinations Ranking*. Obtido de Euromonitor International: <http://blog.euromonitor.com/2016/01/top-100-city-destinations-ranking-2016.html>
- Bricker, K. S. (2012). Trends and Issues for Ecotourism & Sustainable Tourism.
- Butler, R. W. (1999). Sustainable tourism: A state-of-the-art review. *Tourism geographies*, pp. 7-25.
- Cecilia, S. G., Elisabeta, M., & Magdalena, B. (2011). Tourism's Changing Face: New Age Tourism Versus Old Tourism. *THE ANNALS OF THE UNIVERSITY OF ORADEA*.
- Choi, H. C., & Sirakaya, E. (2006). Sustainability indicators for managing community tourism. *Tourism management*, pp. 1274-1289.
- Coelho, J. (19 de janeiro de 2017). *Turismo do Porto fecha 2016 com 6,8 milhões de dormidas e quase atinge meta para 2020*. Obtido de O Observador: <http://observador.pt/2017/01/19/turismo-do-porto-fecha-2016-com-68-milhoes-de-dormidas-e-quase-atinge-meta-para-2020/>
- Cohen, E. (2002). Authenticity, equity and sustainability in tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, pp. 268-269.
- Cohen, S. (2010). Searching for escape, authenticity and identity: Experiences of "lifestyle travellers". Em P. L. M. Morgan, *The Tourism and Leisure Experience: Consumer and Managerial Perspectives* (pp. 27-42). Bristol: Channel View Publications.

- Coriolano, L. N. (2005). A exclusão e a inclusão social e o turismo. . *Revista de turismo y patrimônio cultural*.
- Cruz, V. (2016). O poço das ilusões. *Expresso*.
- Cunha, S. K., & Cunha, J. C. (2005). Tourism cluster competitiveness and sustainability: proposal for a systemic model to measure the impact of tourism on local development. *BAR-Brazilian Administration Review*, pp. 47-62.
- de Portugal, T. (2015). *Turismo 2020, Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal*. Turismo de Portugal. Obtido de Turismo de Portugal.
- Dias, F. (2010). – ESTATÍSTICAS DE TURISMO URBANO. O CENTRO HISTÓRICO DO PORTO E O TURISMO. *Centros históricos - passado e presente* , (p. 165 a 197). Porto.
- Dredge, D., Macbeth, J., Carson, D., Beaumont, D., Northcote, N., J. , K., & Richards, F. (2006). *Achieving sustainable local tourism management: Phase 1-practitioners guide*.
- Dwyer, L., Edwards, D., Mistilis, N., Roman, C., & Scott, N. (2009). Destination and enterprise management for a tourism future. *Tourism management*, pp. 63-74.
- Europeia, U. (2010). *Making our cities attractive and sustainable*. Obtido de europa.eu: <http://ec.europa.eu/environment/europeangreencapital/wp-content/uploads/2011/08/Making-our-cities-attractive-and-sustainable.pdf>
- Fernández, E. C. (Realizador). (2014). *Bye Bye Barcelona* [Filme].
- França, A. (13 de agosto de 2017). *Protesto anti-turistas invade praia em Barcelona*. Obtido de O observador: <http://observador.pt/2017/08/13/protesto-anti-turistas-invade-praia-de-barcelona/>
- Gilbert, D. &. (1997). An exploratory examination of urban tourism impact, with reference to residents attitudes, in the cities of Canterbury and Guildford. *Cities. Elsevier*, pp. 343-352.
- Gomera, M. (s.d.). What governments can do for community tourism. *Community Tourism in Southern Africa: Guidelines for Practitioners*.

- Gomes, C. (14 de dezembro de 2016). Obtido de Cidades e Turismo: <http://www.cidadesturismo.com/2012/02/historia-do-turismo.html>
- Gómez, M. (1998). Patrimonio y ciudad: nuevos escenarios de promoción y gestión del turismo urbano europeo. Turismo urbano y patrimonio cultural. Una perspectiva europea. pp. 9-37.
- Goodwin, H., & Santilli, R. (2009). Community-based tourism: A success. *ICRT Occasional Paper*.
- Grimm, I. J., & SAMPAIO, C. (2011). Turismo de base comunitária: convivencialidade e conservação ambiental. *Revista Brasileira de Ciências Ambientais*.
- Guerreiro, M. M., Mendes, J. d., Valle, P. O., & Silva, J. A. (dezembro de 2008). Análise da satisfação dos residentes com o turismo: o caso de uma área-destino no Algarve, Portugal. *Turismo em Análise*, pp. 488-504.
- Guerreiro, M., Mendes, J., Valle, P., & Silva, J. (2008). Análise da satisfação dos residentes com o turismo: o caso de uma área-destino no Algarve, Portugal. *Revista Turismo em Análise*, pp. 488-504.
- Hanley, A. (2016). Venice 'on the verge of collapse' as locals battle to save the soul of the city. *The telegraph*.
- Haywood, K. M. (1992). Identifying and responding to challenges posed by urban tourism. *Tourism Recreation Research*, pp. 9-23.
- Henriques, E. B. (2003). A cidade, destino de turismo. . *Revista da Faculdade de Letras– Geografia*, pp. 163-172.
- Jorge, M. J. (2015). A cultura da sustentabilidade social, um instrumento de humanização. *Master's thesis, Universidade de Coimbra*.
- JPN. (17 de agosto de 2017). *Turismo: Quase dois milhões visitam Porto e Norte no primeiro semestre*. Obtido de Jornalismo Porto Net: <https://jpn.up.pt/2017/08/17/turismo-quase-dois-milhoes-visitam-porto-norte-no-primeiro-semester/>
- Judd, D. R. (2003). El turismo urbano y la geografía de la ciudad. . *EURE (Santiago)*, pp. 51-62.

- Kernel, P. (2005). Creating and implementing a model for sustainable development in tourism enterprises. *Journal of Cleaner Production* , pp. 151–164.
- Koncul, N. (2007). Environmental issues and tourism. . *EkonomiskaMisaoPraksaDubrovnik*, pp. 157-166.
- LaGrave, K. (27 de janeiro de 2017). *Barcelona Approves New Law to Limit Tourist Numbers*. Obtido de Condé Nast Traveler: <http://www.cntraveler.com/story/barcelona-approves-new-law-to-limit-tourist-numbers>
- Lanksy, D. (15 de junho de 2017). Doug Lansky, especialista em turismo, dá conselhos a Lisboa: “Mantenham-se esquisitos”. (A. França, Entrevistador)
- Lansky, D. (27 de maio de 2017). A cidade pode ter turistas, mas os turistas não devem ter a cidade. (C. Tomás, Entrevistador)
- Laranjo, F. (29 de agosto de 2017). *Algumas notas sobre o Morto*. Obtido de P3: <http://p3.publico.pt/cultura/design/24448/algumas-notas-sobre-o-morto>
- Left Hand Rotation (Realizador). (2016). *Terramotourism* [Filme].
- Maitland, R. (2010). Introduction: National capitals and city tourism. Em *City tourism, national capital perspectives* (pp. 1-13).
- Matlack, C. (5 de junho de 2015). *Barcelona's Mayor to Tourists: Go Away*. Obtido de Bloomerang: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2015-06-05/barcelona-s-mayor-to-tourists-go-away>
- Maximino, C. B. (2011). Turismo comunitário: enquadramento conceptual, organizacional e impacte . Master's thesis, Universidade de Aveiro.
- McKercher, B. (novembro de 2003). Sustainable tourism development-guiding principles for planning and management. In *National seminar on sustainable tourism development, Bishkek, Kyrgystan*, pp. 4-5.
- Mendes, L. (2014). Gentrificação e políticas de reabilitação urbana em Portugal: uma análise crítica à luz da tese rent gap de Neil Smith. *Cadernos Metrópole*, pp. vol. 16, n.º 32, pp.487-511.

- Middleton, V. T., & Hawkins, R. (1998). *Sustainable Tourism, a marketing perspective*. Routledge.
- Milheiro, E. &. (2005). O Grand Tour e o advento do turismo moderno.
- Miller, G., & Twining-Ward, L. (2006). Monitoring as an Approach to Sustainable Tourism. Em D. Buhalis, & C. Costa, *Tourism management dynamics: trends, management and tools* (pp. 51-57). Routledge.
- Mumford, L. (2006). Appropriating cultural sustainability indicators [CSI]: An approach to local urban. *6th International Conference on Role of Engineering Towards a Better Environment*. Alexandria, Egypt.
- Neto, F. (2003). A new approach to sustainable tourism development: Moving beyond environmental protection. *Natural resources forum* (pp. Vol. 27, No. 3, pp. 212-222). Blackwell Publishing Ltd.
- Niedziółka, I. (2014). Sustainable tourism development. *Regional Formation and Development Studies*, pp. 157-166.
- Ordaz, P. (Agosto de 2014). Morte de Veneza. *Revista Visão*, pp. 69-73.
- Our Common Future: Brundtland Report OVERVIEW*. (s.d.). Obtido de The association for global new thought: <http://www.agnt.org/brundtland-summary>
- Paskaleva-Shapira, K. A. (2007). New paradigms in city tourism management: Redefining destination promotion. *Journal of Travel Research*, pp. 46(1), 108-114.
- Paul, B. D. (2012). The impacts of tourism on society. *THE ANNALS OF THE UNIVERSITY OF ORADEA*, pp. 502-506.
- Paulo, I. (07 de julho de 2017). *Taxa turística no Porto a partir de 2018*. Obtido de Expresso: <http://expresso.sapo.pt/politica/2017-07-04-Taxa-turistica-no-Porto-a-partir-de-2018>
- Peixoto, P. (2003). Centros históricos e sustentabilidade cultural das cidades. *Sociologia*, pp. 211-226.
- Pereira, A. C. (2016). Encontrar casa é um achado. *Público*.

- Pereira, A., & Patrício, T. (2013). *SPSS guia prático de utilização - análise de dados para ciências sociais e psicologia*. Edições sílabo, LDA.: Lisboa.
- Pinheiro, A. M. (18 de março de 2017). *Islândia estuda imposto para travar avalanche de turistas*. Obtido de DinheiroVivo: <https://www.dinheirovivo.pt/empresas/islandia-estuda-imposto-para-travar-avalanche-de-turistas/>
- PORDATA. (22 de agosto de 2017). *Densidade populacional*. Obtido de PORDATA: <https://www.pordata.pt/DB/Municipios/Ambiente+de+Consulta/Tabela>
- Porto, C. M. (22 de agosto de 2017). *Censos 2011- Mudanças demográficas*. Obtido de cm-porto: http://www.cm-porto.pt/assets/misc/img/PDM/Revisao_PDM/Estudos_base/Censos2011_Mudancas_demograficas_2014.pdf
- Portugal, T. d. (2015). *Taxas de ocupação*. Obtido de TravelBi: <http://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Documents/An%C3%A1lises/Alojamento/txocupacaoadrrevpar2015a2017.pdf>
- Priberam. (2008-2013). *gentrificação*. Obtido de Dicionário da Língua Portuguesa: <https://www.priberam.pt/dlpo/gentrifica%C3%A7%C3%A3o> [consultado em 21-02-2017].
- Público. (01 de agosto de 2017). *Estalou a guerra ao turismo em Barcelona e os primeiros alvos foram autocarros e bicicletas*. Obtido de Público: <https://www.publico.pt/2017/08/01/mundo/noticia/abriuse-uma-guerra-aoturismo-em-barcelona-e-os-primeiros-alvos-foram-autocarros-e-bicicletas-1781075>
- Publituris. (7 de dezembro de 2015). *ONU DECLARA 2017 COMO O ANO INTERNACIONAL DO TURISMO SUSTENTÁVEL PARA O DESENVOLVIMENTO*. Obtido de Publituris: <https://www.publituris.pt/2015/12/07/onu-declara-2017-como-o-ano-internacional-do-turismo-sustentavel-para-o-desenvolvimento/>
- Relvas, R. B. (29 de maio de 2017). *O que propõem os partidos para o alojamento local?* Obtido de Economia online: <https://eco.pt/2017/05/29/o-que-propoem-os-partidos-para-o-alojamento-local/>

- Richards, G., & Hall, D. (2003). *Tourism and sustainable community development*. Psychology Press.
- Robinson, M. (1999). Collaboration and cultural consent: Refocusing sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, p. 380.
- Rodrigues, W. (1999). Globalização e gentrificação: teoria e empiria. *Sociologia - Problemas e práticas*, pp. 95-125.
- Rubio, S. P. (2006). La ciudad fingida. Representaciones y memorias de la Barcelona turística. *. Revista de turismo y patrimonio cultural*, pp. 13-28.
- Russo, A. P. (2002). The “vicious circle” of tourism development in heritage cities. *Annals of tourism research*, pp. 165-182.
- Salazar, N. B. (2012). Community-based cultural tourism: issues, threats and opportunities. *Journal of Sustainable Tourism*, pp. 9-22.
- Santos, L. J. (2016). Na Itália, estas cinco terras querem numerus clausus para turistas. *Fugas, Público*.
- Silva, H. T. (17 de maio de 2016). *Turistas não entram: Tailândia encerra ilha*. Obtido de Observador: <http://observador.pt/2016/05/17/turistas-nao-entram-tailandia-encerra-ilha/>
- Spaling, H., & Dekker, A. (s.d.). Cultural Sustainable Development. *Department of Geography and Environmental Studies*.
- Sunlu, U. (2003). Environmental impacts of tourism. *Conference on the Relationships between Global Trades and Local Resources in the Mediterranean Region*, (pp. 268-269).
- Telfer, D. J., & Hashimoto, A. (2006). Resource Management: Social, Cultural, physical environmental and the Optimization of Impacts. Em D. Buhalis, & C. Costa, *Tourism management dynamics: trends, management and tools* (pp. 145-154). Routledge.
- UNCSD. (1999). TOURISM AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT - SUSTAINABLE TOURISM: A NON-GOVERNMENTAL ORGANIZATION PERSPECTIVE. *Commission on Sustainable Development*. Nova Iorque.

- UNEP, & WTO. (2005). Making tourism more sustainable. A guide for policy makers. *Paris and Madrid, UNEP and WTO*, pp. 9-12.
- UNESCO. (1 de agosto de 2017). *UNESCO and the International Year of Sustainable Tourism*.
Obtido de UNESCO: <http://www.unesco.org/new/en/brasil/abouthis-office/prizes-and-celebrations/2017-international-year-of-sustainable-tourism/>
- UNESCO. (s.d.). *Sustainable Tourism Development in UNESCO* . Obtido de Portal Unesco: http://portal.unesco.org/es/files/45338/12417872579Introduction_Sustainable_Tourism.pdf/Introduction_Sustainable_Tourism.pdf
- UNESCO. (s.d.). *Sustainable Tourism Development in UNESCO Designated Sites in South-Eastern Europe*. Obtido de Portal Unesco: http://portal.unesco.org/es/files/45338/12417872579Introduction_Sustainable_Tourism.pdf/Introduction_Sustainable_Tourism.pdf
- UNWTO, & SNV. (2010). Manual on Tourism and Poverty Alleviation, Practical Steps for Destinations. *UNWTO*.
- UNWTO, & UNEP. (2005). Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers. pp. 11-12.
- Vajirakachorn, T. (2011). Determinants of success for community-based tourism: The case of floating markets in Thailand. (*Doctoral dissertation, Texas A&M University*).
- Vieira, A., Botelho, C., Braga, J., Guterres, A., Duarte, L., Gago, L., & Mendes, L. (7 de Julho de 2016). *Quem vai poder morar em Lisboa? Da gentrificação e do turismo à subida no preço da habitação: causas, consequências e propostas*. Obtido de archdaily: <http://www.archdaily.com.br/br/790883/quem-vai-poder-morar-em-lisboa-da-gentrificacao-e-do-turismo-a-subida-no-preco-da-habitacao-causas-consequencias-e-propostas>
- Violier, P. &. (2007). Turismo urbano y políticas para su gestión en Francia y España. *Estudios Geográficos*, pp. 321-347.
- World Tourism Organization, G. R.-C. (2012). Madrid: UNWTO.

- WTO. (1998). Guide for local authorities on developing sustainable tourism. *World Tourism Organization*.
- WWF. (2001). *Guidelines for community-based ecotourism development*. WWF.
- Zaei, M. E., & Zaei, M. (2013). The impacts of tourism industry on host community. *European journal of tourism hospitality and research*, pp. 12-21.

8. ANEXOS

Anexo A – [Inquérito]

<i>Idade:</i>
<i>Género:</i> F <input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/>
<i>Escolaridade:</i> <input type="checkbox"/> Ensino básico; <input type="checkbox"/> Ensino secundário; <input type="checkbox"/> Licenciatura; <input type="checkbox"/> Mestrado; <input type="checkbox"/> Doutoramento
<i>Rendimento mensal do agregado familiar:</i> <input type="checkbox"/> 500-1000 € <input type="checkbox"/> 1000-2000 € <input type="checkbox"/> 2000-3000 € <input type="checkbox"/> 3000-5000 € <input type="checkbox"/> Mais de 5000 €
<i>Freguesia de residência:</i>
<i>Há quantos anos reside/trabalha no centro do Porto?</i>
<i>Exerce alguma atividade profissional que envolva o contacto direto com turistas?</i> <input type="checkbox"/> Sim. Qual _____ <input type="checkbox"/> Não
<i>Alguém no seu agregado familiar exerce uma atividade profissional no setor do Turismo?</i> <input type="checkbox"/> Sim. Qual _____ <input type="checkbox"/> Não

Indique se concorda ou discorda das seguintes afirmações, através de uma escala de 0 a 5, em que 0 significa “discordo totalmente” e 5 “concordo totalmente”.

PARTE I.	Escala					
	/					
IMPACTOS ECONÓMICOS						
1. O Turismo cria mais emprego para os residentes.	1	2	3	4	5	N S/ N R
2. O Turismo traz mais riqueza para o centro histórico do Porto.	1	2	3	4	5	N S/ N R
3. O seu rendimento familiar tem aumentado devido à atividade turística.	1	2	3	4	5	N S/ N R
4. Os preços no Porto subiram devido ao aumento do Turismo.	1	2	3	4	5	N S/ N R
5. Os turistas gastam pouco dinheiro no centro do Porto.	1	2	3	4	5	N S/ N R
6. O Turismo beneficia apenas um restrito número de residentes.	1	2	3	4	5	N S/ N R
7. O Turismo contribui para o aumento da formação dos profissionais da hotelaria.	1	2	3	4	5	N S/ N R
IMPACTOS AMBIENTAIS						
8. O Turismo contribui para a conservação do património.	1	2	3	4	5	N S/ N R
9. O Turismo contribui para o agravamento dos problemas relacionados com o ruído.	1	2	3	4	5	N S/ N R
10. O Turismo agrava problemas relacionados com a poluição.	1	2	3	4	5	N S/

						N R
<i>IMPACTOS SOCIOCULTURAIS</i>						
11. <i>O Turismo traz mais atividades culturais ao Porto</i>	1	2	3	4	5	N S/ N R
12. <i>O Turismo tem prejudicado a qualidade de vida dos residentes do centro histórico da cidade.</i>	1	2	3	4	5	N S/ N R
13. <i>Devido ao Turismo a criminalidade aumentou.</i>	1	2	3	4	5	N S/ N R
14. <i>Devido ao Turismo há mais residentes a abandonar o centro histórico.</i>	1	2	3	4	5	N S/ N R
15. <i>O Turismo contribuiu para o agravamento dos problemas de trânsito.</i>	1	2	3	4	5	N S/ N R
16. <i>O Turismo traz mais problemas relacionados com a prostituição.</i>	1	2	3	4	5	N S/ N R
17. <i>O Turismo traz mais problemas associados ao consumo de drogas.</i>	1	2	3	4	5	N S/ N R
18. <i>O elevado número de turistas afasta os residentes dos espaços públicos.</i>	1	2	3	4	5	N S/ N R
19. <i>Existe uma interação saudável entre os residentes/ trabalhadores e turistas.</i>	1	2	3	4	5	N S/ N R
<i>PARTE II.</i>						
1. <i>“Isto não é uma cidade para se viver. É um parque temático”.</i>	1	2	3	4	5	N S/

						N R
2. <i>“A massificação do Turismo significa que viver aqui, para os residentes, torna-se intolerável.</i>	1	2	3	4	5	N S/ N R
3. <i>“O Turismo não vai durar para sempre e está a destruir os nossos estilos de vida”.</i>	1	2	3	4	5	N S/ N R
4. <i>“Tudo se transformou em lojas para turistas. É ridículo”,</i>	1	2	3	4	5	N S/ N R
5. <i>“Já não consigo estar descansado nas ruas do centro. Há sempre muito barulho e é inseguro”.</i>	1	2	3	4	5	N S/ N R
6. <i>“Nós, os residentes, perdemos os espaços públicos”.</i>	1	2	3	4	5	N S/ N R
7. <i>“Não recebemos turistas que queiram conhecer o modo de vida dos residentes. Eles querem passear de loja em loja a consumir constantemente”.</i>	1	2	3	4	5	N S/ N R
8. <i>“Não há comércio tradicional e os preços estão a subir”</i>	1	2	3	4	5	N S/

						N R
9. <i>“É impossível pagar uma renda no centro da cidade”</i>	1	2	3	4	5	N S/ N R

PARTE III.

O inquirido deve responder de forma aberta, mas sintética às questões que se seguem:

1. *Quais os 3 principais impactos negativos que o Turismo trouxe à sua vida?*

2. *Quais os 3 principais impactos positivos (na sua vida) do crescimento do Turismo no Porto?*

3. *Concorda com o desenvolvimento do Turismo na cidade do Porto?*

[Eliminar esta folha se não aplicável o elemento Anexos]